



ACADEMIA MILITAR

DIRECÇÃO DE ENSINO

Curso de Cavalaria da Guarda Nacional Republicana

TRABALHO DE INVESTIGAÇÃO APLICADA

**A COMUNICAÇÃO SOCIAL COMO MEIO DE MELHORAR A
IMAGEM DA GNR**

ALUNO: Aspirante Victor Cláudio Gomes Ribeiro

ORIENTADOR: Dr.^a Maria João Silveira

Lisboa, Julho de 2008



ACADEMIA MILITAR

DIRECÇÃO DE ENSINO

Curso de Cavalaria da Guarda Nacional Republicana

TRABALHO DE INVESTIGAÇÃO APLICADA

**A COMUNICAÇÃO SOCIAL COMO MEIO DE MELHORAR A
IMAGEM DA GNR**

ALUNO: Victor Cláudio Gomes Ribeiro

ORIENTADOR: Dr.^a Maria João Silveira

Lisboa, Julho de 2008

DEDICATÓRIA

Aos meus humildes pais, que não tendo as mesmas oportunidades que me proporcionaram e passando por inúmeras dificuldades da vida, sempre lutaram pelo futuro dos seus filhos;

À minha irmã que sempre me apoiou em toda a minha vida;

À minha família e amigos que sempre acreditaram em mim;

Ao meu curso, XIII TPO, pelos momentos de camaradagem que me proporcionaram, pela união e convívio que há-de trazer imensa saudade;

E em especial ao único elemento do meu curso que atingiu a “Perfeição Suprema”, o Camarada e Amigo que todos os dias olha pelo seu curso, que nos dá a mão a cada obstáculo que surge, a ti dedico,
José Carlos Realinho.

AGRADECIMENTOS

Perante a realização de um trabalho com estas particularidades muitos são os obstáculos cuja transposição carece sempre de ajuda de outras pessoas, quer de forma directa quer indirecta.

Assim, em virtude do apoio facultado, não posso evitar de expor algumas palavras de profundo agradecimento a todas as pessoas que contribuíram para este feito.

Quero em primeiro lugar agradecer à Dra. Maria João Silveira, minha Orientadora, pela forma como se disponibilizou perante este trabalho, pelas horas em que se empenhou e por me ajudar a reforçar a ideia que quando queremos muito, conseguimos. É de salientar que, sem a sua presença, parte do sucesso deste trabalho não teria sido alcançado.

Quero também enaltecer o Tenente-Coronel Barão Mendes, sobretudo pelo verdadeiro espírito de camaradagem que me transmitiu, permitindo uma abordagem à Brigada de Trânsito muito mais facilitada, possibilitando-me assim a aquisição de dados conclusivos para o meu trabalho.

Agradeço ao Major Gonçalves que, pela mesma iniciativa, me abriu as portas da Brigada Territorial Nº5, permitindo a aquisição de informação fundamental para o trabalho.

Deixo uma palavra muito especial ao Tenente-Coronel Costa Lima, pela sua disponibilidade e pelas portas que me abriu no mundo das Relações Públicas e Comunicação Social.

A todos os meus camaradas de curso, pelo apoio moral que me deram ao longo dos cinco anos do curso, para eles o meu reconhecimento.

A todos os meus amigos que acreditam e sempre acreditaram em mim.

A todos os meus profundos agradecimentos!

ÍNDICE GERAL

DEDICATÓRIA	i
AGRADECIMENTOS	ii
ÍNDICE GERAL.....	iii
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	vii
ÍNDICE DE TABELAS	viii
LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS	ix
RESUMO	x
ABSTRACT.....	xi
 PARTE I – ENQUADRAMENTO TEÓRICO	 1
 CAPÍTULO 1 – INTRODUÇÃO	 1
1.1 FINALIDADE.....	1
1.2 OBJECTIVO	1
1.3 PERGUNTAS DE INVESTIGAÇÃO	2
1.4 METODOLOGIA	2
1.5 ESTRUTURA.....	2
 CAPÍTULO 2 – COMUNICAÇÃO SOCIAL.....	 3
2.1 INTRODUÇÃO.....	3
2.2 A COMUNICAÇÃO SOCIAL	3
2.2.1 INFORMAÇÃO VERSUS COMUNICAÇÃO	4
2.2.2 NOTÍCIA	5
2.3 RELAÇÕES PÚBLICAS.....	5

2.4 OPINIÃO PÚBLICA.....	5
2.5 LIBERDADE DE IMPRENSA	6
2.6 MANIPULAÇÃO NOS MEDIA	7
2.7 JORNALISMO DO CIDADÃO	8
2.8 OS VELHOS MEDIA VERSUS OS NOVOS MEDIA	9
CAPÍTULO 3 - A GUARDA NACIONAL REPUBLICANA.....	11
3.1 INTRODUÇÃO.....	11
3.1.1 ORGANIZAÇÃO	11
3.1.2 ÉTICA E DEONTOLOGIA.....	12
3.2 AS RELAÇÕES PÚBLICAS NA GNR	12
CAPÍTULO 4 –A IMPORTÂNCIA DOS OCS NA FORMAÇÃO DA IMAGEM	14
PARTE II – INVESTIGAÇÃO DE CAMPO	19
CAPÍTULO 5 – GRELHA OPERACIONAL DE INVESTIGAÇÃO	19
5.1 HIPÓTESES	19
5.2 POPULAÇÃO OU UNIVERSO.....	20
5.3 PROCESSO DE AMOSTRAGEM E DEFINIÇÃO DA AMOSTRA	20
5.4 MÉTODOS E TÉCNICAS	20
CAPÍTULO 6 – APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DE RESULTADOS.....	22
6.1 QUESTIONÁRIOS	22
6.1.1 CARACTERIZAÇÃO DOS INQUIRIDOS	22
6.1.2 TEMPO DE COMANDO E AS ABORDAGENS DOS OCS AOS MILITARES	22
6.1.3 RELAÇÕES DOS MILITARES COM OS OCS	23
6.1.4 O TRABALHO DESEMPENHADO PELOS OCS E A SUA IMPORTÂNCIA RELATIVAMENTE À IMAGEM DA GNR	24
6.1.5 A RELAÇÃO DA GNR COM OS OCS COMPARATIVAMENTE A OUTRAS FORÇAS OU SERVIÇOS DE SEGURANÇA	25
6.1.6 A IMPORTÂNCIA DA FORMAÇÃO DOS MILITARES COM FUNÇÕES DE COMANDO E AS VANTAGENS QUE RETIRAM DAS RELAÇÕES COM OS OCS	25
6.1.7 A COLABORAÇÃO DOS MILITARES COM OS OCS E A PRESSÃO EXERCIDA SOBRE OS MILITARES	26

6.1.8 A MANIPULAÇÃO POR PARTE DOS OCS NO TRATAMENTO DA INFORMAÇÃO RECEBIDA DA GNR.....	26
6.1.9 A ABORDAGEM DOS COMANDANTES AOS SEUS SUBORDINADOS RELATIVAMENTE A QUESTÕES RELATIVAS AOS OCS.....	27
6.1.10 O QUE SE PODERÁ FAZER PARA MELHORAR AS RELAÇÕES DA GNR COM OS OCS, COM VISTA A AUMENTAR AS RELAÇÕES DE COOPERAÇÃO ENTRE AMBAS.	28
6.2 ENTREVISTAS.....	29
6.3 SEMINÁRIO.....	33
6.3.1 A COMUNICAÇÃO DE (IN)SEGURANÇA -POLICIA, MEDIA, SEGURANÇA: PERSPECTIVAS	33
CAPÍTULO 7 - DISCUSSÃO DE RESULTADOS.....	34
CAPÍTULO 8 - CONCLUSÕES E ANÁLISE PROSPECTIVA.....	39
8.1 SÍNTESE CONCLUSIVA	39
8.2 ANÁLISE PROSPECTIVA	41
8.3 LIMITAÇÕES.....	42
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	43
METODOLOGIA	43
LIVROS E REVISTAS.....	43
LEGISLAÇÃO	44
TESES E OUTROS TRABALHOS	44
SÍTIOS DA INTERNET	44
APÊNDICES	46
APÊNDICE A	46
A.1 PERSPECTIVA HISTÓRICA DA COMUNICAÇÃO SOCIAL.....	46
APÊNDICE B	48
B.1. PERSPECTIVA HISTÓRICA DA GNR	48
APÊNDICE C	50
C.1. INQUERITOS POR QUESTIONÁRIO	50
C.1.1 APLICAÇÃO DOS QUESTIONÁRIOS	50
C.1.2 INTRODUÇÃO	50

C.1.3 INSTRUÇÕES	50
C.1.4 QUESTIONÁRIO	51
APÊNDICE D	54
Inqueritos por Entrevista	54
D.1.GUIÃO DAS ENTREVISTAS.....	54
D.2.RESPOSTAS ÀS ENTREVISTAS	55
D.2.1.TENENTE-CORONEL BARÃO MENDES.....	55
D.2.2.TENENTE-CORONEL COSTA LIMA.....	57
D.2.3.MAJOR GONÇALVES	60
APÊNDICE E	62
E.1 TABELAS DE VARIÁVEIS E CRUZAMENTOS EM SPSS	62
ANEXOS	67
ANEXO A	67
A.1 CÓDIGO DEONTOLÓGICO DOS JORNALISTAS	67
ANEXO B	68
B.1 CÓDIGO DEONTOLÓGICO DO SERVIÇO POLICIAL	68
B.2 CÓDIGO DE HONRA DO MILITAR DA GUARDA	72
B.3 CÓDIGO DE CONDUTA	73
ANEXO C	74
C.1 DETERMINAÇÃO DE UMA AMOSTRA DE POPULAÇÕES FINITAS.....	74
ANEXO D	75
D.1 NOTÍCIAS	75
D.1.1 CRIME DOMINA NOTICIÁRIOS	75
D.1.2 JOVEM ALVEJADO POR UM GNR ESTÁ EM ESTADO CRÍTICO.....	76
D.1.3 CONDUTOR BALEADO NA CABEÇA PELA GNR APÓS FUGA DE OPERAÇÃO "STOP" E TENTATIVA DE ATROPELAMENTO DE DOIS AGENTES	77
D.1.4 LIMPEZA ÉTNICA	78

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 6.1: Tempo de Comando e abordagens dos OCS aos Militares.....	23
Gráfico 6.2: Relações dos Militares com os OCS.....	24
Gráfico 6.3: O trabalho desempenhado pelos OCS e a sua importância para a imagem da GNR	24
Gráfico 6.4: A relação da GNR com os OCS comparativamente com as outras FS	25
Gráfico 6.5: A formação dos militares com funções de comando e as vantagens que daí se retiram	26
Gráfico 6.6: A colaboração dos militares com os OCS e a pressão exercida sobre eles	26
Gráfico 6.7: A manipulação por parte dos OCS no tratamento da informação recebida .	27
Gráfico 6.8: Abordagem dos Comandantes aos Subordinados relativamente aos OCS .	27
Gráfico 6.9: O que se poderá fazer para melhorar as relações da GNR com os OCS com vista a aumentar a cooperação entre estes.....	28

ÍNDICE DE TABELAS

Tabela 1: 1ºSeminário Internacional “A Polícia e os Media”-A comunicação de (in)segurança. ISCPSI	33
Tabela 2: Idade dos Militares.....	62
Tabela 3: Género	62
Tabela 4: Arma.....	63
Tabela 5: Área (Urbana/Rural/Mista)	63
Tabela 6: Área (Litoral/ Interior).....	63
Tabela 7: Tempo de Comando e abordagens dos OCS aos Militares.....	63
Tabela 8: Relações dos Militares com os OCS.....	63
Tabela 9: O trabalho desempenhado pelos OCS e a sua importância para a imagem da GNR	64
Tabela 10: A relação dos GNR com os OCS comparativamente a outras FS.....	64
Tabela 11: A importância da formação dos Militares com funções de comando e as vantagens que daí retiram	64
Tabela 12: As relações com os OCS trazem vulnerabilidades para a imagem da GNR	64
Tabela 13: A colaboração dos Militares com os OCS e a pressão exercida sobre os Militares	65
Tabela 14: A Manipulação por parte dos OCS no tratamento da Informação recebida	65
Tabela 15: Abordagem dos Comandantes aos Subordinados relativamente aos OCS	65
Tabela 16: O que se poderá fazer para melhorar as relações da GNR com os OCS com vista a aumentar a cooperação entre estes.....	66

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

BF	Brigada Fiscal
BT	Brigada de Trânsito
BT2	Brigada Territorial N.º 2
BT3	Brigada Territorial N.º 3
BT4	Brigada Territorial N.º 4
BT5	Brigada Territorial N.º 5
CG	Comando-Geral
DC	Decreto-Lei
EG	Escola da Guarda
FS	Forças de Segurança
GNR	Guarda Nacional Republicana
MAI	Ministério da Administração Interna
OCS	Órgãos de Comunicação Social
Rep.	Repartição
RC	Regimento de Cavalaria
RI	Regimento de Infantaria
RP	Relações Públicas
SPSS	<i>Statistical Package for the Social Sciences</i>
TIA	Trabalho de Investigação Aplicada
TPO	Tirocínio Para Oficial
UAF	Unidade de Acção Fiscal
UCC	Unidade de Controlo Costeiro
UI	Unidade de Intervenção
UNT	Unidade Nacional de Trânsito
USHE	Unidade de Segurança e Honras de Estado

RESUMO

A Comunicação Social tem o poder instantâneo de construir e destruir a imagem de uma instituição.

Foi com base nesta premissa que se iniciou este Trabalho de Investigação Aplicada, tendo sempre em consideração o facto de a Comunicação Social, cada vez mais se elevar, portando um papel cada vez mais relevante ao nível da projecção de imagem, perante um público mais exigente.

Assim, ao transpor esta abordagem para o dia-a-dia da GNR, pretende-se verificar de que forma as suas relações com a Comunicação Social podem vir a contribuir para uma estrita cooperação de modo a que se desenvolva uma imagem mais favorável junto dos cidadãos.

O presente trabalho foi elaborado em duas fases distintas: uma primeira fase dedicada à revisão literária, através de consulta de diversa bibliografia. A segunda fase está relacionada com o trabalho de campo realizado através da aplicação de questionários, entrevistas e um seminário, a que se assistiu, no âmbito do tema.

Este trabalho de campo, para além de permitir verificar a postura adquirida pelos militares da GNR e o que deve vir a ser melhorado nesta relação com a Comunicação Social, possibilitou, também, ouvir neste âmbito, algumas personalidades externas ao meio envolvente à GNR.

Julga-se, no entanto, importante referir que, segundo esta investigação e embora se verifique actualmente uma relação estável entre a GNR e os OCS, com o advento das novas tecnologias torna-se necessário que estas tenham um maior entrosamento e, para isso, é necessário que exista uma maior formação em ambas as partes e uma maior descentralização dos Porta-vozes pelo dispositivo da GNR.

Este trabalho teve o seu desenvolvimento durante os meses de Maio, Junho e Julho do Ano de 2008.

Palavras-Chave: IMAGEM; COMUNICAÇÃO SOCIAL; NOTÍCIA; MANIPULAÇÃO; RELAÇÕES PÚBLICAS; GNR.

ABSTRACT

The media have the instantaneous power to build and destroy the image of an institution.

Based on this premise, this Applied Research Work was developed, always considering the fact that the media are progressively increasing and have a significant role at the Image projection to a more demanding public.

Thus, transposing this approach to the routine of GNR, we intend to verify the contribution of its connections with the media to a strict cooperation, in order to the development of a more favourable image to the citizens.

The present work was developed in two different phases: the first includes the literary review, through bibliographic research; the second is related to the field study, through questionnaires, interviews and a seminar, attended under the theme.

By this field study, not only we could verify the attitude of the GNR military about the Media and what should be improved in this respect, but also we could listen, in this context, some people outside GNR.

According to the developed research, nowadays there is a stable connection between GNR and the Media; however, considering the advent of new technologies, it becomes necessary a better cooperation, so it is essential, among other things, a greater training of both parts and greater decentralization of the spokesmen in GNR system.

This work was developed in May, June and July of 2008.

Keywords: IMAGE; MEDIA; NEWS; MANIPULATION; PUBLIC RELATIONS; GNR.

*“A Liberdade de Imprensa
está limitada àqueles que a têm.”*

A. J. LIEBLING

*“Se não gosta das notícias...
levante-se e trate de arranjar outras.”*

WES «SCOOP» NISKER

PARTE I – ENQUADRAMENTO TEÓRICO

CAPÍTULO 1 – INTRODUÇÃO

1.1 FINALIDADE

O presente trabalho, subordinado ao tema “A comunicação Social como meio para melhorar a imagem da Guarda Nacional Republicana (GNR) ”, visa abordar a relação existente entre a GNR e os Órgãos de Comunicação Social (OCS) e algumas dificuldades sentidas neste meio, que poderão pôr em causa a Missão da Guarda. Para fazer face a estas dificuldades, analisar-se-ão algumas estratégias, por parte da GNR, que possibilitem criar um clima de interação em que ambos poderão tirar vantagens.

Salienta-se, ainda, que a GNR oferece um objecto de estudo de agradável interesse aos OCS. A sua actuação está constantemente a ser alvo de observações, e de algumas críticas, por parte dos jornalistas. Todavia, o tratamento dado à informação, para além de permitir a criação de uma mensagem potencial por vezes distancia-se da mensagem real.

A GNR tem o seu dispositivo disperso ao longo de todo o Território Nacional o que a torna mais susceptível à observação crítica por parte dos OCS. Também a sua actividade e a sua subordinação ao poder político, são um excelente propulsor de objectos de estudo para o jornalista, o que permite a criação de potenciais notícias que vão satisfazer as necessidades do público. Assim a GNR, por consequência, torna-se um alvo de forte interesse por parte dos OCS, mas mais vulnerável nos assuntos que são tratados.

É por isso que o tema em questão assume um teor de extrema importância para a nossa realidade. A imagem transmitida para o exterior assume um papel fundamental para a sobrevivência e bom funcionamento de uma instituição. Deve-se, então abordar a actividade da Comunicação Social como uma mais-valia para a GNR. É um dos elementos fundamentais para a criação de uma imagem “ideal” perante a sociedade. É importante que haja uma relação recíproca e que se criem vantagens entre ambas as partes, porque, se por um lado os OCS necessitam de conteúdo noticioso para criar audiência, por outro, a GNR necessita de expor o trabalho que é produto da sua missão perante o olhar da sociedade.

1.2 OBJECTIVO

Uma vez que a temática do trabalho se prende com um mote bastante abrangente – a comunicação social e a imagem - foi definida uma pergunta de partida, um problema, como forma de especificar e melhor responder às exigências de uma problemática tão alargada como a que é alvo deste estudo.

Assim, considerando a importância que nos dias de hoje se atribui à imagem de uma Instituição e o facto de os Órgãos de Comunicação Social assumirem um factor importante para a veiculação dessa imagem, chegou-se ao seguinte problema: “De que forma a relação entre a GNR e a Comunicação Social pode influenciar a informação transmitida para a Sociedade e consequentemente alterar a imagem da Guarda?”

1.3 PERGUNTAS DE INVESTIGAÇÃO

Para além da pergunta inicial, é necessário dar resposta às questões intermédias, que à semelhança da primeira, assumem um carácter de extrema importância e decisivo para se poder atribuir no final, uma resposta ao problema evocado. Logo, tendo em vista possíveis respostas ao longo do trabalho, apresentam-se as perguntas de investigação:

- Qual a importância da imagem?
- Que efeito tem na Sociedade a forma como a imagem é transmitida pelos OCS?
- Qual o grau de fidelidade da informação transmitida pelos OCS?
- Qual o relacionamento existente entre a GNR e os OCS?
- Quais são os esforços produzidos pela GNR para trabalhar a sua imagem?

1.4 METODOLOGIA

A metodologia adoptada para a realização deste trabalho incide, numa primeira fase, sobre a sustentação teórica, baseada em análise de bibliografia adoptada, relativa aos temas da Comunicação Social e GNR.

Numa segunda fase, realizou-se um trabalho de campo, que assentou sobre uma análise quantitativa, através da formulação de questionários e uma análise qualitativa que se concebeu através da análise de entrevistas e também através do estudo de um seminário que se assistiu para melhor compreensão do tema em questão.

1.5 ESTRUTURA

O Trabalho de Investigação Aplicada foi dividido em duas partes distintas. A primeira parte apresenta o conteúdo teórico da investigação, fazendo alusão à revisão da literatura, onde se abordam os conceitos mais relevantes para a temática em questão. Neste sentido, a primeira referência será relativa à Comunicação Social e a segunda abrangerá o estudo da GNR.

Na segunda parte do trabalho, serão expostos os resultados obtidos pela aplicação de questionários, entrevistas e de um seminário a que se assistiu. Esta segunda parte do trabalho evidenciará um âmbito mais prático, que posteriormente será sujeito a discussão.

A parte final da investigação traduzirá as conclusões e a apresentação de uma análise perspectiva.

CAPÍTULO 2 – COMUNICAÇÃO SOCIAL

2.1 INTRODUÇÃO

No âmbito deste trabalho de investigação será pertinente expor e definir alguns conceitos relacionados com a temática. Pretende-se, assim, atingir mais facilmente o nível de compreensão desejado. Neste sentido, entre outros conceitos que serão abordados neste trabalho, irão ser definidos: Comunicação Social, Notícia, Liberdade de Imprensa, Relações Públicas, Manipulação, Informação e Jornalismo do Cidadão.

Após a definição destes conceitos, será feita uma abordagem comparativa entre os “velhos” media e a actualidade e uma distinção entre informação e comunicação.

Como contributo para este capítulo elaborou-se uma breve perspectiva histórica da Comunicação Social que se encontra em apêndice¹.

Depois de realizada esta análise conceptual será, então, facilitado o estudo e abordagem ao tema em questão.

Uma vez que o leque de conceitos susceptíveis de aplicar ao tema em questão é, de grosso modo mais abrangente, e as limitações impostas não permitem um aprofundar mais longo da questão, definem-se apenas os conceitos que mais se relacionam com o tema e que se acharam ser mais pertinentes.

2.2 A COMUNICAÇÃO SOCIAL

Etimologicamente, comunicar é tornar comum. A palavra advém do latim “communicatio”, de “*communis*”, É o estabelecimento de uma corrente de informação dirigida de um indivíduo a outro ou a muitos com o fim de informar, de pôr em comum, associar e entrar em relação.²

Segundo Rodrigues (2001), é difícil definir o conceito de Comunicação Social de forma clara, exaustiva e unívoca. Isto, porque segundo o autor, os pontos de vista abordados de várias perspectivas são inúmeros e daí resulta a criação de múltiplas designações empregues no campo da Comunicação.

Ao falar de Comunicação Social subentende-se sempre falar de cultura, porque a Comunicação é um fenómeno cultural e porque a cultura deve ser encarada como um fenómeno de Comunicação. A Comunicação Social é, então, o espelho do relacionamento social em que os intervenientes, indivíduos e grupos, interagem de forma consciente. (Oliveira, 1984, pag. 14)

¹ Ver Apêndice A.1- Perspectiva histórica da GNR

² Consulta na Web: <http://www.wikiled.com/Latin-portuguese>

Em Psicologia Social e em Sociologia, o termo é utilizado em sentidos diversos, exprimindo diversas formas de relações humanas e diversos níveis, assim o termo Comunicação raramente é aplicado de forma isolada.

Esta expressão foi aplicada pela primeira vez nas ideologias cristãs, num documento, o Decreto *“Inter Mirifica”*³ publicado a 4 de Dezembro de 1963, onde se designou o papel e a devida relevância ao poder dos modernos meios de difusão do ponto de vista cristão. Assim, esta definição estabelecida já há algumas décadas permanece, ainda, nos tempos actuais, sendo utilizada tanto em campos universitários como também políticos. (Rodrigues, s.d. pag. 17)

2.2.1 INFORMAÇÃO *VERSUS* COMUNICAÇÃO

Oliveira (s.d.), entende que a informação é algo que é assimilado pelo conhecimento e comportamento e que, até ao momento, era desconhecido. Pode-se, então, afirmar que, quanto mais informação se tem maior é a probabilidade de aumentar o conhecimento acerca de algo, tornando o espaço em que se está inserido mais familiar e domável. No entanto, não se pode encarar o facto de que ter a informação por si só é um problema resolvido. A informação não se processa num vazio, ela existe à medida que se vai formando um conhecimento latente, e tomando a percepção sobre o valor da informação.

No pensamento do estratega, General Sun Tzu, segundo, Castro (2001), a informação, ou a falta dela, determinam o sucesso. Na sua opinião, desde que a informação certa esteja disponível, a vitória está assegurada. É fundamental saber recolher informação e partilhá-la. A recolha de informação permite tomar boas decisões e a sua partilha orienta a competição. Para tal, utilizava na sua estratégia, agentes secretos que recolhiam as informações do inimigo. “Escolhem-se homens espertos, talentosos, inteligentes e com fácil acesso aqueles que privam com o soberano ou elementos da nobreza. Poderão assim ficar a conhecer o que faziam e quais os seu planos. Uma vez conhecida a situação real, regressam e informam-nos.” (Castro, 2001, pag.121)

A ideia de Comunicação, segundo Esteves (2007), caracteriza-se num processo de transmissão de pensamentos, experiências ou objectivos. A comunicação é um processo selectivo que se desenvolve a vários níveis, a produção de um conteúdo informativo, a difusão, e a aceitação desse mesmo conteúdo.

A Comunicação, é essencialmente, “...a transmissão de sentidos, casuais ou intencionais, de um ponto para outro.” (Santos, 2001, pag. 12)

³ O Decreto de “inter mirifica” refere e enaltece as grandes invenções humanas da mão humana, tudo isto devendo-se da ajuda de Deus, a Igreja apela, às grandes criações iluminadas pela mente humana abrindo diversos caminhos para o mundo através da comunicação de ideias e ordens. Entre estas invenções dá-se ênfase, aquelas que não se limitaram a mover homens, mas sim multidões. Entre essas destacam-se a imprensa, o cinema, a rádio, a televisão, entre outros, que por essa razão são denominados de meios de comunicação social. (www.vatican.va)

Embora estes dois conceitos não sejam independentes, cientificamente, pode-se analisar a Comunicação como sendo diferente de Informação. A informação é o conteúdo de uma mensagem, enquanto que, a Comunicação será o processo que auxilia a promover a circulação e a compreensão desta informação

2.2.2 NOTÍCIA

Pode-se afirmar que, notícia é o “anúncio e relato de um acontecimento”. A transmissão das notícias é uma das primeiras funções do media, mas a sua selecção, a sua apresentação e o seu comentário acabam por transformar a realidade dos acontecimentos em si, tanto mais que o interesse que o jornalista tem por eles se deve, muitas vezes, mais à sua novidade, ao seu carácter extraordinário, do que à sua importância relativa: um cão que morde um homem não tem o mínimo interesse, mas um homem que mordeu um cão é uma boa “notícia”. (Warasquiel, 2004, pag. 136) Assim, na GNR esta expressão pode-se também adaptar ao seu ambiente, como numa abordagem do Guarda a um suspeito armado, se este meliante alveja o Guarda, pode ser considerado como uma situação defensiva. No entanto, se o Guarda em legítima defesa dispara em direcção do meliante, será então, o motor para desencadear a “Notícia Choque”.

2.3 RELAÇÕES PÚBLICAS

Segundo o livro “Relações Públicas” de Herbert Lloyd e Peter Lloyd (1995), definem-se as Relações Públicas como o esforço deliberado, planeado e contínuo para estabelecer e manter o entendimento mútuo entre uma organização e o seu público.

As Relações Públicas são vistas como “uma tentativa de, através de informação persuasão e adaptação, conseguir o apoio público para uma actividade, causa, movimento ou instituição”. (Lloyd & Lloyd, 1995, pag. 37)

Segundo John W. Hill, são, “a função administrativa que dá ao valor da boa reputação a mesma atenção organizada e cuidadosa que é dada aos outros principais trunfos do negócio”. (Lloyd & Lloyd, 1995, pag. 37)

Lloyd & Lloyd (1995), define Relações Públicas como, “a combinação de filosofia, sociologia, economia, línguas, literatura, psicologia, jornalismo, comunicação e outros conhecimentos num sistema de compreensão humana.” (Lloyd & Lloyd, 1995, pag. 37)

As Relações Públicas assumem assim, uma importante missão de assegurar a ligação entre uma organização e o meio que a rodeia, com o objectivo de certificar uma relação estável entre todos os intervenientes desse meio. Construir junto de diversos públicos, uma imagem favorável da instituição, aumentando a credibilidade e a notoriedade e melhorando a sua imagem. (Lopes, 2007)

2.4 OPINIÃO PÚBLICA

Segundo o dicionário dos media o conceito de Opinião Pública é um “estado de espírito que deriva, no seio de uma determinada colectividade, da adição das diferentes atitudes publicamente expressas, a propósito de uma questão debatida, logo que as afirmações resultantes dessa expressão são acompanhadas por uma dúvida.”, “...distingue-se por conseguinte, tanto da crença colectiva como da simples adição de convicções individuais.” (Warasquiel, 2004, pag. 142)

Existem inúmeros autores que definem este conceito, contudo as definições encontradas não se distanciam relativamente ao conteúdo de cada uma delas.

Como defende Santo (1997), referindo Alfred Sauvy, célebre economista e demógrafo de nacionalidade francesa, que cunhou a expressão “Terceiro Mundo” “a maioria das vezes, a opinião não tem uma memória fiel. Ela preocupa-se com problemas da actualidade com intensidade, mas abandona rapidamente para os historiadores, aqueles que deixaram de estar em cena. Além da retenção selectiva dos acontecimentos consoante a sua importância, gravidade ou carácter sensacionalista, a opinião pública renova constantemente os seus alvos de julgamento. A troca de opiniões entre os indivíduos, dentro do sistema político constitui-se permanentemente, funciona como um árbitro, uma consciência.”

Segundo este autor a Opinião Pública não é resultante da opinião de um indivíduo, nem resultante da opinião da maioria desses indivíduos, sobre um determinado assunto em questão. Esta pode resultar de grupos restritos ou mesmo de indivíduos que dispõem de meios privilegiados, como porta-vozes, jornais, postos de radiodifusão, entre outros. É este conjunto de vozes e de meios que cria a Opinião Pública, desde que este seja relativamente coerente.

2.5 LIBERDADE DE IMPRENSA

Analisando este conceito sobre a perspectiva jurídica, “é a capacidade de agir sem ser obrigado a, ou impedido de, injusta ou inutilmente, sem razões válidas, ou por alguém que não teria tido autoridade para isso. No entanto, esta Liberdade não quer dizer licença, ou ausência de regras”. Como toda a Liberdade, esta encontra limites necessários, no respeito dos outros Direitos e Liberdades com os quais se deve conciliar. (Warasquiel, 2004, pag. 117)

A Liberdade de Imprensa está visada por diversas leis nacionais e internacionais.

Existem vários documentos onde se podem encontrar abordagens a este tema, nomeadamente na **Declaração Universal dos Direitos do Homem** que refere que todo o indivíduo tem direito à liberdade de opinião e expressão. Este direito inclui o de “não ser inquietado por causa das suas ideias; o de procurar, receber e difundir, sem limitação de

fronteiras, informações e ideias por qualquer modo de expressão”.⁴ Também a **Convenção Europeia dos Direitos do Homem** defende de forma idêntica que, “Toda a pessoa tem o direito à Liberdade de Expressão”. Este direito compreende a liberdade de opinião e a liberdade de receber ou dar informações ou ideias sem que possa haver ingerência de autoridades públicas e sem consideração de fronteiras.⁵

2.6 MANIPULAÇÃO NOS MEDIA

A palavra manipulação é de certa forma, imprecisa e difícil de definir. Segundo Breton (2002), a manipulação é o acto de envolver o homem, algumas vezes de forma inconsciente e outras de forma consciente. Ao conseguir descobrir que existe manipulação, o Homem começa a entrar num acto consciente de descodificação da mensagem e consegue resistir a essa tentativa de influência. Em outros casos, não conseguindo decifrar a mensagem, não resiste e deixa-se levar sem perceber o motivo.

Assim, este autor define a manipulação, como “a capacidade de influenciar alguém, sem que o receptor se aperceba de verdadeira mensagem que se quer realmente transmitir”. (Breton, 2002, pag.151)

Gillmor (2005), em “Nós os Média”, faz referência a uma “Patrulha de Manipulação”⁶ e afirma que o processo de manipulação (Spinning) foi um hábito adquirido pelos jornalistas. O autor descreve este conceito como “pôr os eventos ou outros factos, especialmente os que tenham significado legal ou político, em contextos que favorecem o próprio, um cliente ou uma causa, pelo menos em comparação com os oponentes. Os objectos das notícias e as suas legiões de especialistas de relações públicas andam a manipular-nos desde que os media se tornaram uma forma de levar a informação ao público; e nós, durante todo este tempo, alternadamente, deixámo-nos levar ou resistimos” (Gillmor, 2005, pag.103)

A manipulação não é só utilizada na comunicação, existem várias áreas, como por exemplo a indústria, que, através do auxílio de especialistas em Ciências Sociais e da Comunicação, de Psicólogos e peritos nas Relações Públicas, a aplica em trabalhos publicitários com o objectivo de melhorar o escoamento dos seus produtos.

A manipulação pode causar a vulnerabilidade da informação e da prevenção. Um exemplo que Philippe Breton utiliza, é o Tabaco. Neste caso, e segundo o autor, a propaganda e manipulação são tão fortes sobre as pessoas que poucas cedem perante a prevenção e as notícias que revelam gráficos relativos ao crescimento dos cancros derivados do tabagismo.

⁴ Declaração Universal dos Direitos do Homem, Art 19º

⁵ Convenção Europeia dos Direitos do Homem, Art 106º

⁶ Patrulha de Manipulação, segundo Dan Gillmor, é todo um conjunto de intervenientes neste processo de informação, desde a aquisição da informação, transcrição, criação da Notícia, até à sua interpretação. O jornalista, o bloggista, o navegador do mundo online até ao próprio leitor de imprensa.

Quando se aborda o mundo dos media, o conceito manipulação é algo muito discutido, já que os media são “as janelas” para a Sociedade. Quem melhor que estes para conseguir fazer passar uma ideia ou informação? (Gillmor, 2005, pag.103)

Os media não são vistos isoladamente, mas antes contextualizados num sistema muito mais valioso que por vezes os ultrapassa, e para o qual eles contribuem. Assim, segundo Santos (2001), os media são os responsáveis em fazer passar certas ideologias, criadas por um poder muitas vezes ligado à política ou economia. “É como se fizessem parte, intencionalmente ou não, de uma grande conspiração da classe dominante.” (Santos, 2001, pag.51). O autor defende que muitas das vezes os media agem perante esta “conspiração” de forma inconsciente. Uma ideologia que não assume um carácter de obrigatoriedade imposto pela força, mas sim, pela influência cultural omnipresente, com o simples objectivo de interpretar a realidade de uma forma coerente, embora nem sempre a mais verdadeira. Pode-se dizer que, analisando este ponto de vista, também eles sofrem o fenómeno da manipulação, porque há uma enorme subordinação da Comunicação Social aos grandes manipuladores de consciências. Perante tal argumento, o autor lança também algumas perguntas aos leitores. “Será que a imagem da realidade é registada pelos Meios de Comunicação de massas com fidelidade?”, “Que efeitos tem na sociedade a forma como a imagem é captada?” (Santos, 2001, pag.146)

2.7 JORNALISMO DO CIDADÃO

O Jornalismo do Cidadão é fruto da evolução da era digital. A tecnologia de hoje permite realizar o que há algumas décadas atrás era inimaginável. Este é um tipo de jornalismo criado pelo cidadão, que não tem qualquer formação jornalística mas que, com o auxílio de uma simples máquina fotográfica, máquina digital, câmara de vídeo, ou um gravador de voz, capta tudo que acha que poderá ter interesse para os jornalistas. Para além destes, surgiu um importante instrumento de trabalho, que hoje em dia cada vez mais se torna num parceiro inseparável do Homem, os telemóveis. Estes novos aparelhos estão cada vez mais a par com o futuro, com tecnologias super desenvolvidas e que permitem a todo instante filmar, fotografar ou gravar, tornando-se um precioso instrumento para o jornalismo do cidadão. Estas máquinas, aliadas à internet, podem criar relevantes suportes de informação através de vídeo, som, imagem e mesmo, após uma breve análise, um texto onde se vão transcrever os factos ou opiniões.

Esta prática leva a que exista uma maior liberdade e veiculação de notícias, uma vez que o cidadão, a quem não se exige formação específica, se torna num produtor deste género de conteúdos. Em situações desta natureza o papel dos jornalistas profissionais será o de apenas fazer o controlo de qualidade e verificar a grau de veracidade da informação recebida. “Nós, os jornalistas éramos os guardiões da verdade. Agora devemos estar lá para animar, para dar a palavra. Podemos guiar, em caso algum controlar. Não pedimos às

peessoas para cobrir os acontecimentos, para substituir o jornalista, mas a partilha de opiniões, a troca." (Almeida & Santos, 2006).

Com este conceito surgiram novos hábitos nos jornais diários, hoje em dia, existem jornais⁷ que reservam algumas páginas, apenas para este tipo de notícias.

Também em Portugal este conceito está a criar novos caminhos para a informação. Segundo o Diário de Notícias, a TVI adquiriu a mesma iniciativa que jornais internacionais, como o célebre Jornal Britânico "The Times". Esta iniciativa, denominada pela expressão "Eu Vi", faz um apelo aos cidadãos para que eles próprios sejam os autores das notícias. Assim, pessoas sem formação podem criar notícias, basta se encontrarem num local onde ocorreu um acontecimento de interesse público e com um simples telemóvel fazerem a cobertura do acontecimento, como por exemplo um grave acidente numa auto-estrada. "Se você for o primeiro a chegar ao local, não hesite. Pare, veja e registre o momento. Os seus 'exclusivos' poderão ser notícia TVI!" (Espadinha, 2008).

Esta cedência de informação apenas assume carácter noticioso, após a verificação da sua qualidade e relevância noticiosa, de acordo com um regulamento existente para o efeito.

2.8 OS VELHOS MEDIA VERSUS OS NOVOS MEDIA

Ainda não decorreu muito tempo que os velhos "Independente" e "Capital" passaram a fazer parte da história da Comunicação Social. Embora outros tenham surgido, em sua substituição, outras formas de comunicação despontaram, também, nesta nova era.

Segundo Bost (2006) deu-se início a um novo estilo de comunicação, a Comunicação das "comunidades virtuais". Blogues, wikipedias, podcasts⁸ e RSS⁹, são apenas algumas das ferramentas que revolucionaram completamente a criação e circulação de dados. Gillmor (2005), fala de um "jornalismo participativo do futuro" feito através de uma colaboração entre profissionais e não profissionais. O esbatimento da fronteira entre

⁷O diário espanhol "El Correo" todos os dias reserva duas páginas para os contributos dos leitores e tem uma equipa fixa de seis jornalistas a tratar esta informação. Só em Março de 2006 recebeu 5200 contributos. Também ao nível do jornalismo nacional, cada vez mais se está a adoptar este conceito, como aderentes já existem vários títulos que, vão desde o nacional ao regional.

⁸ Podcast" é um programa de rádio pré-gravado que, assim que é actualizado, é recebido automaticamente no computador por qualquer utilizador que o tenha subscrito. Permite aos utilizadores subscrever um "Feed RSS" e, automaticamente, receber os novos ficheiros áudio, normalmente em formato MP3, (formato de gravação para arquivos sonoros que possui alta fidelidade e compactação). O "podcasting" é a publicação de ficheiros áudio na Internet, e diferem de outros tipos de conteúdo áudio, pois utiliza o protocolo RSS. (<http://www.vianasocialecultural.com>)

⁹ RSS ("Really Simple Syndication") é um subconjunto de "dialectos" XML que têm capacidade para agregar conteúdo de um website podendo ser acedido mediante programas ou sites agregadores de Feeds RSS vulgarmente chamados "leitores" RSS. É um recurso utilizado principalmente em sites com secções de informação dinâmica tais como notícias, eventos, etc. (www.otic.uevora.pt)

produtores e consumidores e as possibilidades oferecidas pelo digital têm inevitáveis repercussões em várias áreas da comunicação – jornalismo, publicidade, cinema e televisão. (Gillmor, 2005, pag.42)

Fortes ao início, os jornais perceberam que o seu futuro está irremediavelmente na era digital – uma era multimédia, uma era de bits que se transformam em som, texto ou imagem. A prática do jornalismo neste novo mundo exige mudanças. É necessário que o jornalista adquira aptidões técnicas de modo a que possa escrever uma notícia, publicar um blogue, filmar e editar vídeo, enfim, de modo a dominar a linguagem audio-scripto-visual.

Outra mudança fulcral é na organização das próprias redacções, pois necessitam de se transformar em “smart newsrooms”¹⁰. Este novo conceito, assenta precisamente no cruzamento de informação proveniente de vários media. Neste novo modelo o imperativo não é encher as páginas de informação mas antes criar uma base de dados contínua em informática, com links, fotos, vídeos, documentos e animações que despertem o interesse. Um novo sistema que irá provocar mudanças, tanto ao nível de competências como no modo de organização dos próprios jornalistas, que permite o advento das novas categorias profissionais. (Bost, 2006)

Joaquim Fidalgo, numa entrevista publicada no Jornal de Negócios, defende que, em termos de difusão de informação, a internet obrigou a repensar todos os modelos a que os Jornalistas estavam habituados e é um contexto “absolutamente revolucionário”. Em consequência as empresas de comunicação e os profissionais da informação perderam o seu monopólio. “Isso não pode deixar de ter repercussões importantes no jornalismo, nos modos como ele é entendido e praticado, nos modos como ele pode ou não pode dar resposta a este novo ambiente global”. Este é “o desafio mais interessante” do futuro da profissão do jornalista. (Neves, 2008)

¹⁰ Segundo Kerry Northrup, uma *smart newsroom* funciona como uma massa intelectual comum e não como a soma do conjunto isolado de indivíduos; dedica-se ao controlo e supervisão das histórias do jornal e não das páginas do mesmo. O valor da competição mede-se pelo conteúdo das peças e não pelo número de páginas e complementos. O mesmo será dizer que quantidade não é o mesmo que qualidade; e armazena em arquivo não só o que é publicado mas também toda a informação que fez criar a história final. Deste modo, é salvaguardado todo o *knowhow* que implica construir notícias e reportagens sendo que este mesmo, poderá ser sempre alvo de melhoramentos e actualizações. (Assunção, 2007)

CAPÍTULO 3 - A GUARDA NACIONAL REPUBLICANA

3.1 INTRODUÇÃO

Após analisar e discutir alguns conceitos relativos à temática deste Trabalho de Investigação Aplicada no âmbito da Comunicação Social, optou-se por analisar, de uma forma breve, os conceitos relacionados com a Instituição em estudo.

Numa primeira fase efectuar-se-á uma abordagem sumária da sua organização, da forma como está estruturada e a sua ética e deontologia. Seguidamente analisar-se-á as Relações Públicas na GNR e o trabalho que desenvolvem. No final foi também elaborada uma perspectiva histórica da GNR que se decidiu colocar em apêndice¹¹

3.1.1 ORGANIZAÇÃO

Actualmente, ao abrigo do Decreto-Lei 231/93, a GNR encontra-se organizada por um Comando-Geral, com o respectivo Estado-Maior, Unidades e Serviços.

As Unidades Territoriais estão compreendidas pelas Brigadas Territorial nº2, 3, 4 e 5, sedeadas em Lisboa, Évora, Porto e Coimbra, respectivamente.

Às Unidades Especiais compete prioritariamente o cumprimento das missões mais específicas da Guarda, sem prejuízo de actuação no âmbito de toda a missão geral. São compostas pela Brigada de Trânsito e a Brigada Fiscal. A primeira está vocacionada para a fiscalização das disposições de viação terrestre e apoio ao utente das estradas e a segunda, para a prevenção, descoberta e repressão das infracções fiscais, designadamente à lei aduaneira.

A Unidade de Instrução, é a actualmente, designada, Escola da Guarda

Por último, é ainda composta pelas Unidades de Reserva, o Regimento de Infantaria e o Regimento de Cavalaria, que têm como missão apoiar as restantes Unidades.

Em 2007 surgiu uma nova reestruturação do Quadro Orgânico da GNR, que está a provocar um processo de mudança, assim, nos termos da nova Lei Orgânica¹² verifica-se que, em vez da estrutura referida nos parágrafos anteriores, existem como Unidades da nova estrutura, a Unidade de Comando da Guarda (Comando Geral), Unidades Territoriais, distribuídas por Comandos Territoriais, Unidade de Controlo Costeiro (UNC), Unidade de Acção Fiscal (UAF), Unidade Nacional de Trânsito (UNT), Unidade de Segurança e Honras

¹¹ Ver Apêndice B – História da GNR

¹² Lei nº 63/2007 de 6 de Novembro – Aprova a orgânica da GNR

de Estado (USHE), Unidade de Intervenção (UI) e a, já anteriormente designada, Escola da Guarda (EG) como estabelecimento de ensino.

3.1.2 ÉTICA E DEONTOLOGIA

A Ética e a Deontologia na Guarda Nacional Republicana são visadas através de Códigos, pelos quais, todos os militares devem prestar respeito e obediência. O Código Deontológico do Serviço Policial¹³ antecedido do Código de Honra do Militar da Guarda¹⁴ e do Código de Conduta do Militar da Guarda¹⁵ que, desde os anos 80, se encontram afixados em todos os quartéis da GNR, servem de guia em todas as atitudes e comportamentos dos seus militares.¹⁶

3.2 AS RELAÇÕES PÚBLICAS NA GNR

À Repartição de Relações Públicas da GNR denominada, segundo o artigo 52º da antiga Lei Orgânica, de 5ª Repartição – Informação Interna e Relações Públicas, compete o estudo, o planeamento, a coordenação e o accionamento dos processos respeitantes à informação interna, relações públicas e assuntos civis, bem como a organização e execução das normas de protocolo nas cerimónias da Guarda.

Perante a nova Lei Orgânica, Lei 63/2007, as Relações Públicas ficam na dependência directa do Comandante Geral (Artigo 26º).

São implementadas distintas actividades nas Relações Públicas que advêm da missão atribuída à GNR. Actividades que se desenrolam no dia-a-dia da Guarda, passíveis de ser noticiadas, que despoletam o interesse dos OCS.

As tarefas desenvolvidas pelas Relações Públicas da GNR assumem um papel fundamental para o desenvolvimento da missão estabelecida na Guarda. Assim, está atribuído à 5ª Repartição a gestão da imagem institucional da Guarda, com vista planificar e manter o diálogo diariamente como os OCS através do atendimento telefónico e por e-mail, para além de delinear uma estratégia de comunicação credível onde se inserem a concepção de planos de comunicação, a redacção de notícias para o site oficial da GNR, de comunicados, direitos de resposta, esclarecimentos e outra documentação que suporte a mensagem que se pretende divulgar e que é institucional.

A organização e realização de conferências de imprensa, é também da responsabilidade das Relações Públicas, bem como responder às questões e entrevistas solicitadas pelos jornalistas, antecipar e aprofundar os acontecimentos, que se inserem no âmbito da Comunicação e Gestão de Crise.

¹³ Ver Anexo B.1 - Código Deontológico do Serviço Policial

¹⁴ Ver Anexo B.2 – Código de Honra do Militar da GNR

¹⁵ Ver Anexo B.3 – Código de Conduta

¹⁶ Consulta na Web: www.gnr.pt

Assessorar o Comandante Geral da Guarda Nacional Republicana no âmbito da comunicação externa e interna, é outra das suas missões. Cabe ainda às Relações Públicas organizar os eventos e cerimónias institucionais, receber de forma protocolar as entidades civis e militares, bem como as altas entidades, conceber imagens em multimédia e fotografia para divulgação interna e externa e manter o relacionamento com o público em geral.

À semelhança de outros Gabinetes de Comunicação de instituições civis, as Relações Públicas da GNR têm objectivos comuns a estas Instituições, porém a sua responsabilidade não é simplesmente a de criar credibilidade ou dar a conhecer um produto com dividendos económicos para a sua empresa. Têm, também, a responsabilidade de criar um sentimento de confiança que o cidadão deposita nesta Força de Segurança.

Assim, a Missão das Relações Públicas está relacionada com o tratamento de toda a informação susceptível de ser adquirida e trabalhada pelos OCS e também impedir que, de alguma forma, a imagem da GNR seja colocada em causa. Assegura também a proximidade do cidadão, através dos OCS e outras actividades externas, com vista a dar a conhecer a actividade operacional da Guarda, que existe para que o bem-estar e a segurança de todos sejam sempre salvaguardados.

CAPÍTULO 4 – A IMPORTÂNCIA DOS OCS NA FORMAÇÃO DA IMAGEM

Presentemente, vive-se numa sociedade onde a informação e a cultura têm um tratamento predominantemente visual.

Segundo Gonçalves (2006), a imagem é o juízo construído no subconsciente de uma pessoa, relativo a uma outra pessoa ou instituição. A construção da imagem é feita no Receptor, sendo este capaz de obter várias imagens de uma mesma organização e de as transformar consoante o tempo. O fenómeno da transformação deve-se ao seu carácter temporal e não universal, possibilitando a evolução ou retrocesso ao longo do tempo e espaço.

Assim como este autor, Reis (2005) relaciona a imagem com a instituição, afirmando que, a imagem institucional é “a imagem que o público em geral tem das acções, políticas, e dos membros que constituem a instituição”, Sendo que, esta quando criada e mantida como uma boa imagem, torna-se como uma fonte de prestígio e confiança junto da opinião pública, criando maior motivação do pessoal que vê o seu esforço diário reconhecido e finalmente uma garantia de maior profissionalismo e qualidade no serviço prestado.

Defende ainda que, existem vários elementos que compõem a imagem institucional, entre estes, o conjunto de políticas adoptadas e postas em prática pela instituição, a qualidade dos bens ou serviços, elementos humanos e os elementos físicos ou materiais.

(Reis, 2005, pag. 11)

Segundo, Capriotti (1992), é interpretado o conceito de “**imagem-atitude**”, como um elemento extremamente importante a estudar, dado que, para avaliar a imagem de uma instituição é necessário estudar as atitudes dos seus públicos. Relacionados com este conceito, estão três componentes que se tornam pertinentes caracterizar para melhor definir a imagem-atitude.

A componente cognitiva corresponde à forma como as pessoas ou organizações são vistas, ou seja, o que se pensa sobre elas. A componente emocional está relacionada com o sentimento que é provocado por essas pessoas ou organizações e pode ir desde o ódio à extrema empatia, e a componente comportamental, que se revela nas duas primeiras, que leva o público a agir de determinada forma.

Assim, segundo a ideologia deste autor, a imagem da empresa, é a globalização das opiniões que os públicos têm sobre os produtos, actividades e condutas dessa empresa. A

imagem da empresa resulta da interpretação dos seus públicos sobre a informação que recebem.

O autor define ainda que a imagem de uma empresa é “a representação mental de um estereótipo da organização, que os públicos formam, como consequência da interpretação da informação sobre a organização”. Neste sentido, a imagem surge da informação acumulada pelos públicos, considerando-se, portanto, um elemento chave para o maior sucesso da empresa. (Capriotti, 1992, pag.30)

Pode-se, então, dizer que a imagem de uma empresa se traduz pelo conjunto de juízos criados pelos públicos, sobre os seus produtos, actividades e condutas. Os públicos não são agentes passivos e a imagem transmitida pela empresa é o resultado das interpretações que esses públicos acumulam da informação sobre uma organização e que se torna essencial para o sucesso de uma organização (Capriotti, 1992, pag.30)

Contudo, quando se estuda o conceito de imagem, surgem três pilares de elevada importância para a sua construção, são eles: a Credibilidade, a Visibilidade e a Notoriedade.

Serra (s.d.), defende que, a Credibilidade é um factor central para os meios de informação, e esta deve ser sempre tratada através de uma atitude aberta e transparente, para que o receptor perceba que está perante uma fonte credível. Definir credibilidade é, geralmente, algo difícil porque, embora se reconheça que a transparência é fundamental, reconhece-se que por si só não é suficiente, pois está dependente da relação de confiança que se estabelece entre a organização e os seus os seus destinatários. Pode-se então concluir que o conceito de credibilidade depende de várias condições e, segundo o autor, deve ser vista como um dos factores fundamentais de persuasão. (Serra, s.d., pag. 4)

Existe ainda a noção que a transparência, embora fundamental para se alcançar a construção da credibilidade, não é uma ferramenta única, mas contribui em muito para a criação de uma relação de confiança que acaba por se traduzir em valores de notoriedade essenciais para o reconhecimento das empresas/organizações junto dos seus públicos.

Segundo a Wikipédia, “notável ou relevante define-se como tudo o que merece receber atenção, não o que é famoso ou importante”, “o conceito de notoriedade é diferente do conceito de fama, importância ou popularidade, embora estes se possam efectivamente relacionar com notoriedade. (<http://pt.wikipedia.org>)

O último pilar do estudo da formação da imagem prende-se com a visibilidade e para Rein, Kotler e Stoller (s.d.), a visibilidade, é algo que todas as organizações, ou pessoas que se querem dar a conhecer almejam ter. A conquista da visibilidade, dentro de um mercado saturado e cada vez mais competitivo, é essencial para as organizações, quer seja com o intuito de promover um produto quer seja na construção e fortificação da sua imagem.

Assim a visibilidade deve estar associada ao Marketing da Instituição, uma vez que o marketing não tem apenas a função de escoar um produto no mercado, é utilizado também para divulgar este mesmo produto.

A GNR, à semelhança de outras instituições, também transmite uma imagem para os cidadãos, e os pilares que se constroem para estabelecer essa imagem são idênticos aos que as empresas utilizam.

Todavia, se por um lado as empresas pretendem criar uma melhor imagem para, através do marketing, fazerem escoar os seus produtos, na GNR a credibilidade, a notoriedade e a visibilidade assumem um papel de elevada importância na medida em que a imagem que se pretende transmitir para o público é a de uma Força de Segurança que está próxima dos cidadãos e que zela pela sua segurança.

Sabendo que na GNR, os fins não são lucrativos, o produto “vendido” desenvolve-se através do trabalho realizado pela sua Missão, e que tem em vista um fim último: a implementação de um sentimento de segurança na sociedade.

Para que o processo de criação da imagem da GNR aconteça, e seja reconhecida pela sociedade em geral, é necessário que exista um meio que projecte opiniões, sentimentos e atitudes junto da opinião pública. É aqui que os Órgãos de Comunicação Social assumem um papel importante para a criação e manutenção da imagem.

Segundo Descheper (1990), os OCS funcionam como um público e, mais do que um público são, sobretudo, meios multiplicadores da informação, transportando essa informação a numerosos públicos. Portanto, é necessário conhecer e trabalhar este meio de canalizar a imagem, para além de se procurar perceber as suas necessidades e atitudes perante uma instituição.

A instituição deverá assim manter uma ligação contínua com os OCS. Porém, além deste elo, que deverá ser constante, a instituição deve estar preparada para receber os OCS e, em última instância, preparada para os enfrentar.

Nos dias de hoje, é fundamental que se execute um acompanhamento dos diversos meios de comunicação social: jornais, televisão e rádio, para perceber o feedback que os públicos têm das instituições e detectar as quais as necessidades mais prementes para a criação de uma melhor imagem. Mesmo a Internet, meio mais rápido e diversificado de informação, com os Jornais Online, os Blogues, os comentários do cidadão e o Google, ganha cada vez maior importância no que se refere à construção e formação da imagem.

No seminário realizado no âmbito da Polícia e os Media, “A comunicação da (in)segurança”¹⁷, o Secretário de Estado da Administração Interna, Dr. José Magalhães defende que, o facto de existir toda esta tecnologia extremamente avançada, como a internet e o Google para pesquisar, necessita de um meio para recolher informação, um jornalista. O Jornalista tem o direito de informar. “A questão do trabalho Jornalístico não se conforma com o gozo terrível de informar e de demonstrar que é um jornalista absolutamente brilhante. A realidade é que ele sabe que há um público que necessita de ser

¹⁷ “1º Seminário Internacional, A Polícia e os Media, A comunicação da (in)segurança . Seminário realizado nos dias 26 e 27 de Junho de 2008, no Instituto Superior de Ciências e Segurança Interna, Alcântara, Lisboa

informado. Portanto estes detentores de informação são os jornalistas e que têm uma missão, um conjunto de obrigações expresso no seu Código Deontológico.”

Segundo o jornalista Mário Crespo, um dos oradores deste seminário, “os media são um negócio.” No seu trabalho, os jornalistas, para além de informar, são responsáveis pela criação da imagem de muitas instituições.

O caso da imagem das Forças de Segurança foi, também, tema de discussão durante o Seminário. A relação entre as notícias criadas durante os últimos anos e as questões da criminalidade e segurança, são factores com grande significância para a criação da imagem das FS. Esta discussão foi também publicada no Jornal de Notícias cujo artigo se denominava “Crime domina Noticiários”.

Neste estudo observou-se que as notícias sobre segurança e criminalidade são aquelas que, geralmente, abrem os noticiários da televisão portuguesa e revelam ser uma temática constante no horário nobre dos quatro canais nacionais.

O autor do ensaio publicado no Jornal de Notícias, António Belo, da Escola Superior de Comunicação Social, baseou-se na análise¹⁸ de 11 605 peças televisivas e realçou que 11% das notícias, emitidas entre 2002 e 2006, têm como temática a ordem interna, que alberga assuntos como forças de segurança, manifestações, crimes e corrupção. Este número torna esta temática - a ordem interna -, a quarta mais abordada nos noticiários, a seguir à política interna (17%), desporto (14%) e política internacional (13%).

Destes 11%, denota-se que 8% são notícias relacionadas com acontecimentos nacionais e 3% com acontecimentos estrangeiros. De referir, ainda, que este tipo de notícia foi tema de abertura dos noticiários em 12% dos casos, uma percentagem que sobe para os 18% quando analisados, isoladamente, os operadores privados.

O estudo concluiu ainda que 75% dessas notícias estão relacionadas com crimes. Geograficamente, 34% das peças televisivas referiam-se a acontecimentos na região da Grande Lisboa, 6% no Grande Porto e 34% no resto do país.

Na sua maioria, as notícias analisadas apresentavam conteúdo negativo (72%), sendo que o conteúdo positivo se registou apenas em 4% dos casos. Conteúdo neutro esteve presente em 24% das peças.

O grande número de notícias negativas pode criar a percepção, segundo António Belo, de que há maior índice de criminalidade no país, uma conclusão que para o director nacional da PSP se pode inverter caso exista um maior "entrosamento" entre a Comunicação Social e as autoridades, admitindo que, actualmente existem "incompreensões" de parte a parte. (Otão, 2008, pag. 56)

Após esta análise, verifica-se que os OCS assumem grande relevância como agentes de projecção de imagem, neste caso das FS.

Mas nem só dos OCS vive a projecção da imagem de uma instituição.

¹⁸ Ver Anexo D.1.1 – Crime domina noticiários

As fontes são mais uma vez, colocadas em causa, na criação da imagem de uma instituição, quando se aborda o tema do aumento da criminalidade nas ruas e que fez explodir a discussão da legitimidade do uso de arma de fogo pelas Forças Policiais. Mais uma vez, aqui é referido que as fontes têm um papel muito importante nestas situações portadoras de alguma crise para as FS.

Perante este debate e ao se analisar dois jornais diferentes, sobre um mesmo acontecimento, conclui-se que as diferentes fontes e as próprias intenções desses jornais, podem criar impactos totalmente diferentes nos públicos e, por sua vez, criar duas imagens distintas sobre a mesma instituição.

Como exemplo apresenta-se um caso que motivou algum impacto: duas notícias publicadas no mesmo dia, a 5 de Julho de 2008, em jornais diferentes, mas relacionadas com o mesmo assunto. No primeiro jornal a notícia apresenta o seguinte título, “Jovem alvejado por GNR está em estado crítico”¹⁹ (Teixeira, 2008), já no segundo a notícia é intitulada por “Condutor baleado na cabeça pela GNR após fuga de operação “stop” e tentativa de atropelamento de dois agentes”²⁰ (Azenha, 2008).

Da análise efectuada ao título, e sem analisar o conteúdo das notícias, já é possível retirar as primeiras impressões destas notícias. Assim, enquanto no primeiro artigo se vitima um jovem, que não se sabe à partida o que fez para ser abatido pelo militar, na segunda notícia, o mesmo jovem, que apenas seria uma vítima para a primeira notícia, tentou atropelar os militares e posteriormente se colocou em fuga, não acatando as ordens expressas e claras destes.

O que se verificou foi que a última notícia, tem como fonte única o Gabinete de Relações Públicas da GNR, enquanto que a primeira, para além de referir a mesma fonte, apresenta ainda mais algumas com o intuito de focar diferentes aspectos.

¹⁹Ver Anexo D.1.2 - Jovem alvejado por GNR está em estado crítico

²⁰Ver Anexo D.1.3 - Condutor baleado na cabeça pela GNR após fuga de operação “stop” e tentativa de atropelamento de dois agentes

PARTE II – INVESTIGAÇÃO DE CAMPO

CAPÍTULO 5 – GRELHA OPERACIONAL DE INVESTIGAÇÃO

Este trabalho de campo tem como função complementar o estudo feito, até ao momento, nos capítulos anteriores de sustentação teórica. Será através desta análise prática, e da compreensão dos conceitos recolhidos na pesquisa teórica, que se irá, posteriormente, realizar a discussão de toda a investigação efectuada e responder às hipóteses colocadas pelas perguntas de partida.

Neste Trabalho apostou-se em pesquisar sobre o que é praticado na GNR, apoiando-se na partilha de opiniões de pessoas qualificadas, que estão por dentro do que é a realidade da Guarda no seu dia-a-dia e têm conhecimento de como se processa a relação da GNR com os OCS, e nas que, apesar de não pertencerem a esta realidade, interagem com ela e podem ceder informações e pontos de vistas diferentes dos da Instituição.

Assim, esta escolha permitiu adquirir instrumentos de investigação científica mais adequados para se poder analisar os diversos aspectos que ocorrem na interacção entre os Órgãos de Comunicação Social e a GNR, para além de possibilitar efectuar uma preparação do que aplicar, não só aos responsáveis e “Porta-vozes” da Guarda, como também aos restantes militares dispersos pelo dispositivo com funções de Comando.

5.1 HIPÓTESES

1ª Hipótese: A imagem tem uma enorme importância na actualidade, tem a capacidade de definir o desempenho, a carreira e o futuro de alguém ou algo.

2ª Hipótese: Os OCS têm a capacidade de cativar as pessoas, através dos seus múltiplos meios, fazendo com que absorvam uma imagem que querem transmitir, transformando o seu pensamento e atitudes perante a mesma.

3ª Hipótese: O grau de fidelidade da informação, nem sempre é o desejado, existe alguma manipulação na criação e transmissão de notícias

4ª Hipótese: A GNR e os OCS mantêm uma relação estável, embora, por vezes, sofra algumas quebras, especialmente quando a Instituição se depara com situações críticas.

5ª Hipótese: Os esforços da GNR relativamente à sua imagem estão limitados à 5ª Rep do C.G.

5.2 POPULAÇÃO OU UNIVERSO

Relativamente aos **inquéritos por questionário**, o **universo** ou **população**²¹ em estudo é constituído pelos Comandantes de Destacamento, Subdestacamento e Posto, da classe de Oficiais e Sargentos, num total de 644²².

A realidade da GNR é muito mais abrangente do que um universo com esta proporção, no entanto, devido às limitações existentes, optou-se apenas por analisar os militares que desempenhem ligações mais frequentemente com os OCS.

5.3 PROCESSO DE AMOSTRAGEM E DEFINIÇÃO DA AMOSTRA

Deste Universo procedeu-se à formação de um subconjunto, constituindo-se uma **amostragem**²³ de 92 indivíduos, para um nível de confiança de 95,5% e uma margem de erro de 10%²⁴. (Arkin & Colton, 1976, pag. 174)

No caso das entrevistas, foi adoptada uma **amostra por conveniência**²⁵. Assim, optou-se por realizar entrevistas aos Porta-vozes da Brigada Territorial Nº5, Brigada de Trânsito e 5ª Rep. do Comando Geral²⁶.

Considerando ainda, os objectivos do estudo, tanto os inquéritos por questionários, como as entrevistas foram aplicados com base numa **amostragem intencional ou de casos típicos**²⁷ (Carmo & Ferreira, 1998, pag. 198), escolhendo para tal a Brigada de Trânsito e a Brigada Territorial nº 5, para a aplicação dos questionários e os Porta-vozes da 5ª Rep. do Comando Geral, da Brigada de Trânsito e a Brigada Territorial Nº5.

5.4 MÉTODOS E TÉCNICAS

Nesta etapa, utilizou-se como método de investigação, a **análise quantitativa** na aplicação dos **inquéritos por questionário** e a **análise qualitativa** na análise dos **Inquéritos por entrevista** e do **Seminário** assistido, que segundo, Carmo e Ferreira (1998), a principal diferença entre estas análises realça-se no resultado que se pretende obter. Ou seja, enquanto na primeira, se dá importância ao que aparece com frequência, o número de vezes em que surge uma determinada resposta, na segunda, dá-se relevância ao valor do tema.

²¹ Universo ou População é o conjunto de elementos abrangido por uma mesma definição, (...) têm uma ou mais características comuns a todos eles, características que os diferenciam de outros conjuntos de elementos. (Carmo & Ferreira, 1998, pag. 191)

²² Número total de Militares da GNR da Classe de Sargento e Oficial com funções de Comando.

²³ Amostragem é o processo de selecção de uma amostra. (Carmo & Ferreira, 1998, pag. 191)

²⁴ Ver Apêndice A.1-Tabela de Amostragem

²⁵ Amostra por conveniência os indivíduos são escolhidos porque se encontram onde os dados do estudo estão a ser recolhidos. A sua participação no estudo é como que "acidental". (Picoto, 2007)

²⁶ Porta-voz da GNR

²⁷ A amostra intencional ou de casos típicos é uma amostra composta por elementos seleccionados intencionalmente, porque se considera que esses elementos possuem as características que são típicas ou representativas da população. Este tipo de amostragem é o melhor exemplo de técnica de amostragem utilizada quando existem grandes limitações em tempo e nos recursos disponíveis (Carmo & Ferreira, 1998, pag. 198)

Tal como acima referido, os inquéritos foram aplicados com base numa **amostragem intencional ou de casos típicos**, escolhendo-se para tal a Brigada de Trânsito e a Brigada Territorial nº 5, para a aplicação dos questionários.

Para que o estudo fosse coerente decidiu-se aplicar, nos questionários, perguntas que se inserissem no mesmo âmbito das entrevistas realizadas aos responsáveis pelas Relações Públicas das Unidades e da Guarda. Acautelou-se, no entanto, sempre o campo de acção que realizam no dispositivo.²⁸

Estes questionários inicialmente foram aplicados entre os dias 23 de Junho e 7 de Julho, mas à não recepção da totalidade destes questionários, obrigou a que se prolongasse a data de recepção até dia 10 de Julho.

Para que se pudesse abreviar o tempo de resposta procedeu-se ao envio dos inquéritos por via de correio electrónico para os Grupos Territoriais, com uma nota anexada para distribuir pelos Destacamentos e Postos com comando de Oficial e Sargento, no caso da Brigada Territorial Nº5, e via fax para os Destacamentos e Subdestacamentos da Brigada de Trânsito. Em ambos os casos o reenvio dos questionários podia ser via correio electrónico, correio normal ou fax.

Relativamente às entrevistas efectuadas aos Porta-vozes, optou-se por aplicar **Entrevistas semi-directivas**²⁹,

Para terminar a metodologia assistiu-se a um Seminário Internacional, realizado nos dias 26 e 27 de Junho, no ISCP SI, Lisboa, no âmbito da Polícia e os Media, e cujo tema, era denominado por, A comunicação da (in)segurança³⁰. Este estudo foi efectuado através de uma **observação directa não participante**³¹ que permitiu o uso de instrumentos de registo³², possibilitando assim o controlo das variáveis desejadas (Carmo & Ferreira, 1998, P. 106)

No final, os dados foram sujeitos a uma interpretação extensiva, permitindo chegar a conclusões, que com base no tratamento nos dados obtidos nas três análises distintas, facilitou o acesso aos pontos fortes e pontos fracos tanto da GNR como dos OCS, e, assim, chegar a uma análise perspectiva dos aspectos que poderão contribuir para um reforço nos laços destas partes, tendo sempre em vista a dignificação da imagem da GNR perante a Sociedade.

²⁸ Ver Apêndice C.1 - Questionários

²⁹ Entrevista semi-directiva: Não é inteiramente aberta, nem encaminhada, por um grande numero de questões. Faz-se através de um guião de perguntas. Permite-se ao entrevistado falar abertamente. (Quivy e Campenhoudt, 2005, pag.192)

³⁰ 1ºSeminário Internacional "A Polícia e os Media"-A comunicação de (in)segurança. ISCP SI

³¹ Observação directa não participante: Se o observador não interage com o objecto de estudo (Carmo e Ferreira, 1998, pag.106)

³² O registo realizou-se através de bloco de notas e gravações em áudio, assim com prevê Carmo e Ferreira, 1998, pag.106)

CAPÍTULO 6 – APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DE RESULTADOS

No presente capítulo são apresentados os dados obtidos através do questionário³³ aplicado a vários militares com funções de Comando na Brigada Territorial Nº5 e Brigada de Trânsito, de entrevistas colocadas aos responsáveis pelas Relações Públicas da GNR e de um Seminário Internacional, relativo às Forças de Segurança e os Media.

6.1 QUESTIONÁRIOS

6.1.1 CARACTERIZAÇÃO DOS INQUIRIDOS

A população inquirida é composta por 92 militares das classes de Oficial e Sargento, com funções de Comando de Destacamento, Subdestacamento ou Posto

A faixa etária dos inquiridos está compreendida entre os 24 e 52 anos, verificando-se uma média de cerca de 38 anos.

Observou-se ainda que a maior parte da amostra em estudo são do sexo masculino, existindo, apenas, um elemento do sexo feminino.

Em relação à Arma, constatou-se que os militares de Infantaria, comparativamente aos de Cavalaria, se encontram em maior número, apresentando uma proporção de 77 para 13. Dois dos inquiridos preferiram não revelar a arma a que pertencem.

A actividade exercida pelos inquiridos compreende diferentes áreas: urbana; rural; ou mista. No entanto, denota-se que a maioria, constituída por 67,4% dos militares, exerce a sua actividade em área mista, com maior tendência para o exercício da actividade no interior.

6.1.2 TEMPO DE COMANDO E AS ABORDAGENS DOS OCS AOS MILITARES

Duas das perguntas colocadas aos 92 militares estão relacionadas com o tempo que exercem funções de comando e as vezes em que já foram abordados pelos OCS. Verificou-se, então, que dos 14 inquiridos, com menos de um ano de comando, cinco nunca foram abordados e dois foram-no, pelo menos, cinco vezes. Existem ainda três que afirmaram ter sido contactos entre cinco a 15 vezes e quatro referem que já o foram mais de 30.

Dos 35 militares, com funções entre 1 e 3 anos, dois responderam nunca terem sido abordados por jornalistas, sete menos de cinco vezes, oito entre 5 a 15 vezes e apenas dois

³³ Apêndice E -Tabelas de Variáveis e Cruzamentos em SPSS

referem ter sido contactados entre 15 a 30 vezes. Salienta-se, também, o facto de 15 militares afirmarem já terem sido abordados mais de 30 vezes. Um optou por não responder a esta questão.

Em relação aos militares que comandam há mais de 4 e menos de 6 anos (21 no total), um deles já foi abordado no máximo 5 vezes, seis foram entre 5 e 15 vezes, dois entre 15 e 30 vezes e onze referem já ter sido mais de 30 vezes. Há que referir que um não respondeu.

Por último, realçam-se os militares com mais de sete anos de Comando (22), três referem uma abordagem máxima de 5 vezes, onze entre 5 e 15 vezes, quatro entre 15 e 30 vezes e sete afirmam que já foram abordados mais de 30 vezes.

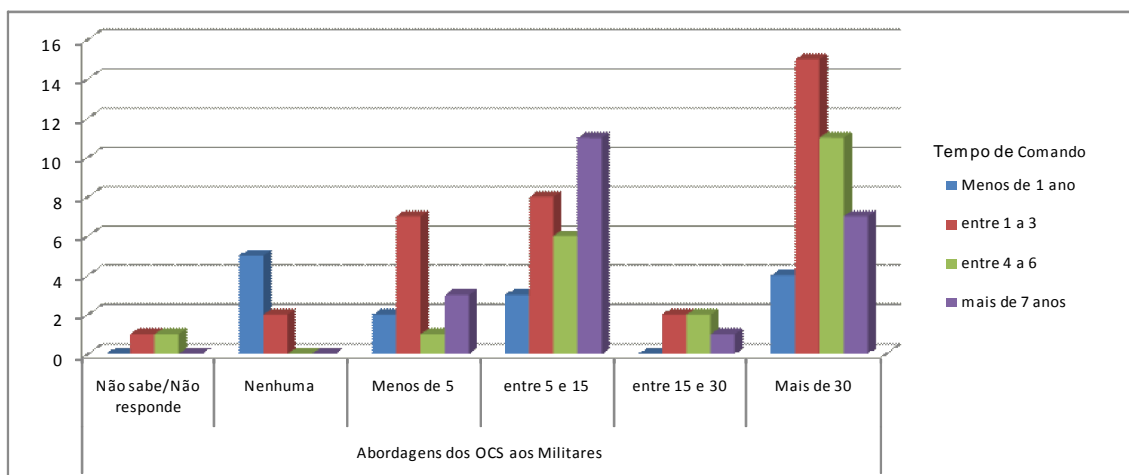


Gráfico 6.1: Tempo de Comando e abordagens dos OCS aos Militares

6.1.3 RELAÇÕES DOS MILITARES COM OS OCS

Questionados relativamente ao bom relacionamento com os OCS e as vantagens que daí advêm, verifica-se que a maioria (88 dos inquiridos) concorda ou concorda totalmente que, um bom relacionamento com os jornalistas traz vantagens para a imagem da Guarda. No entanto, são poucos (24) os que frequentemente ou muito frequentemente optam por tomar iniciativas junto dos OCS, com vista a promover a imagem, 43 mencionam tomar iniciativas às vezes ou pouco frequentemente e 21 raramente ou nunca o fazem.

Contudo ainda se apurou que três dos militares não têm opinião formada sobre o relacionamento com os OCS, mas dois deles afirmam que, às vezes, contactam os jornalistas, promovendo dessa forma a imagem da GNR.

Ressalta-se também o resultado obtido por parte de um militar que discorda que um bom relacionamento com os OCS pode trazer vantagens para a missão da Guarda e, talvez, por isso raramente ou nunca tomou iniciativas.

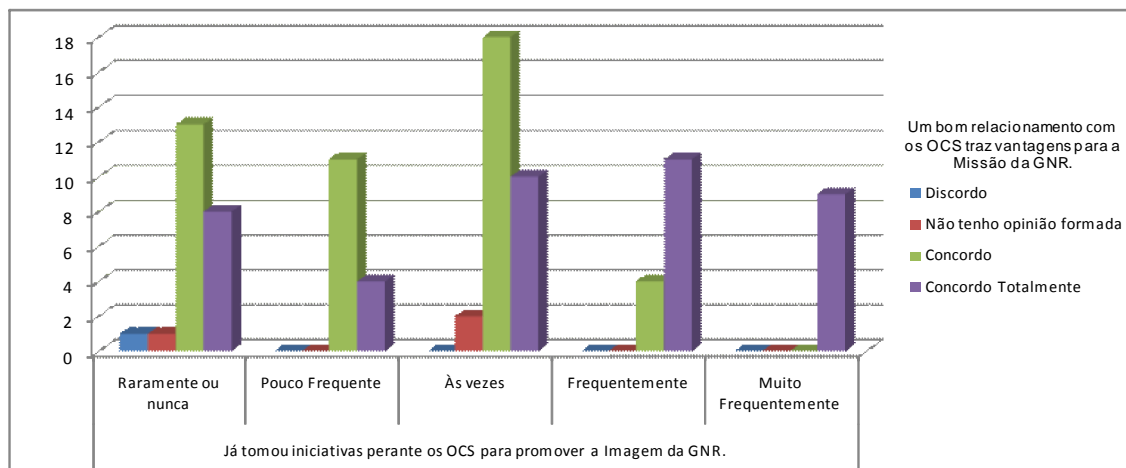


Gráfico 6.2: Relações dos Militares com os OCS

6.1.4 O TRABALHO DESEMPENHADO PELOS OCS E A SUA IMPORTÂNCIA RELATIVAMENTE À IMAGEM DA GNR

Tentou-se aferir se o desempenho dos OCS era indispensável para a imagem da GNR, bem como se a interacção existente com os jornalistas criaria vulnerabilidades para a imagem da instituição. Nesta questão 77 dos inquiridos concordam ou concordam totalmente que, o desempenho é fundamental para a imagem, no entanto, 24 são da opinião que isso pode aumentar as vulnerabilidades e 35 discordam, afirmando que não causa impacto negativo. 18 não têm ideia formada e um não respondeu.

Embora 13 inquiridos não tenham opinião formada sobre se os media são indispensáveis, três deles concordam que a sua actuação pode gerar vulnerabilidades. Mas, há também quem discorde nesta questão, três dos inquiridos não acham que se criam vulnerabilidades e 6 não têm opinião formada relativamente a este assunto.

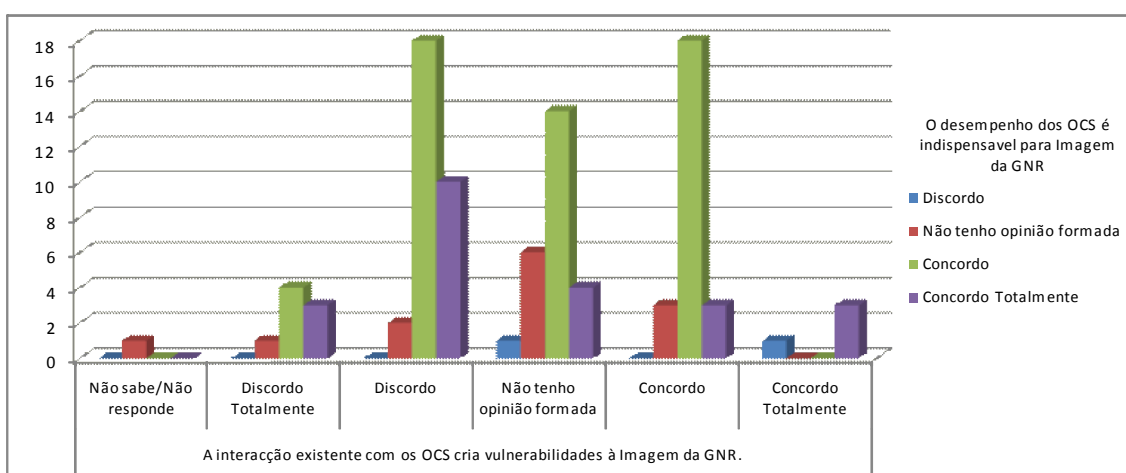


Gráfico 6.3: O trabalho desempenhado pelos OCS e a sua importância para a imagem da GNR

6.1.5 A RELAÇÃO DA GNR COM OS OCS COMPARATIVAMENTE A OUTRAS FORÇAS OU SERVIÇOS DE SEGURANÇA

Nesta questão encontrou-se algum consenso por parte dos militares, no que diz respeito ao concordar ou discordar que a GNR tem mostrado maior desempenho no desenvolvimento para um melhor relacionamento profissional com os OCS, comparativamente com as restantes FS. Assim, 23 discordaram e 2 discordaram totalmente e 26 inquiridos concordaram, sendo apenas um que concorda totalmente. 39 afirmaram não ter opinião acerca desta matéria.

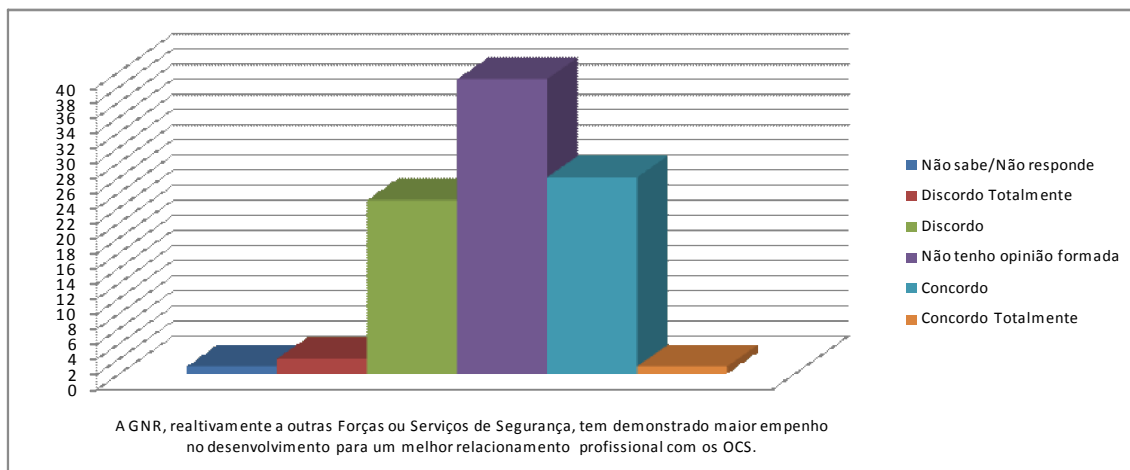


Gráfico 6.4: A relação da GNR com os OCS comparativamente com as outras FS

6.1.6 A IMPORTÂNCIA DA FORMAÇÃO DOS MILITARES COM FUNÇÕES DE COMANDO E AS VANTAGENS QUE RETIRAM DAS RELAÇÕES COM OS OCS

Quando questionados se todos os militares com funções de Comando deviam ter formação no âmbito da Comunicação Social, 86 dos inquiridos concordaram ou concordaram totalmente. Todavia, estes 86 ao serem confrontados com a questão relativa à afectação do desempenho das suas funções devido às relações construídas com os OCS, apenas 11 concordaram e 63 discordaram. 12 não têm opinião formada e um deles não respondeu.

Verificou-se também que três inquiridos apesar de não terem opinião formada, sobre a primeira questão, discordam da segunda.

Acentua-se ainda que dois inquiridos discordam com a formação dos Comandantes no âmbito da Comunicação Social, e deste um é discordante em relação à segunda questão e outro não tem opinião formada.

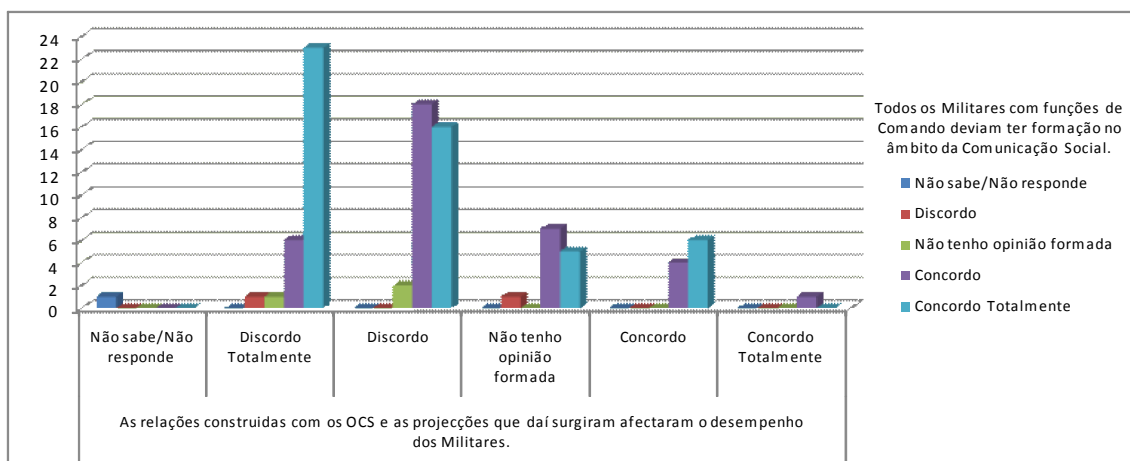


Gráfico 6.5: A formação dos militares com funções de comando e as vantagens que daí se retiram

6.1.7 A COLABORAÇÃO DOS MILITARES COM OS OCS E A PRESSÃO EXERCIDA SOBRE OS MILITARES

Dos 59 militares que asseguraram colaborar com os jornalistas em ocorrências susceptíveis de serem de interesse público, 34 confirmaram também que já foram pressionados pelos jornalistas, 11 responderam que não e 14 não deram a sua opinião.

11 militares afirmam que não colaboram com os media, contudo destes há sete que já se sentiram coagidos a cooperar e quatro que ainda não sentiram alguma pressão.

Salienta-se o facto de existirem 17 inquiridos que, apesar de não terem opinião formada sobre a colaboração com os jornalistas, 2 também não têm opinião formada sobre possíveis pressões, 13 já se sentiram pressionados e 2 nunca se sentiram.

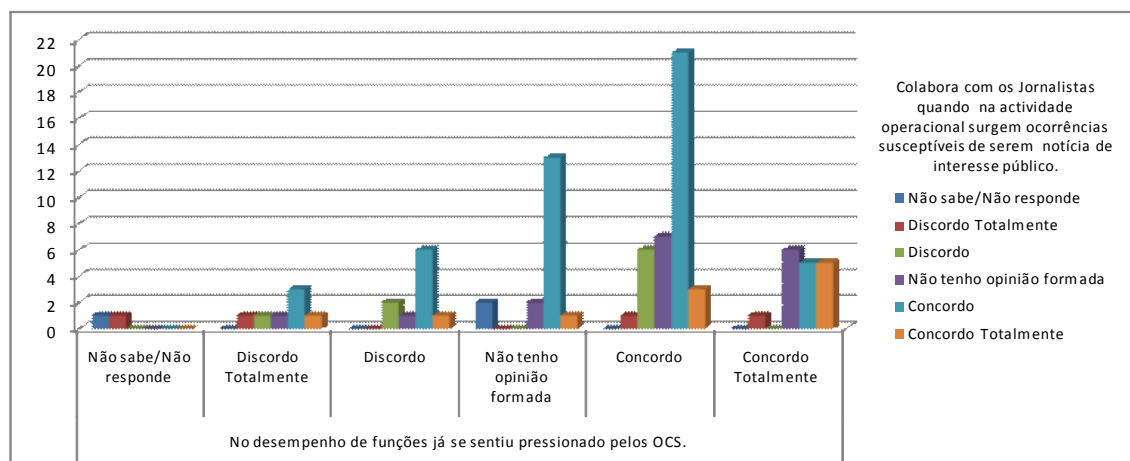


Gráfico 6.6: A colaboração dos militares com os OCS e a pressão exercida sobre eles

6.1.8 A MANIPULAÇÃO POR PARTE DOS OCS NO TRATAMENTO DA INFORMAÇÃO RECEBIDA DA GNR

Pretendia-se saber se os militares acreditavam existir manipulação por parte dos media relativamente às informações cedidas pela GNR. Aferiu-se que o grosso dos

inquiridos (38), não têm opinião formada, no entanto, 21 inquiridos concordam e 14 concordam totalmente com existência de manipulação. Contudo, 13 militares discordam e 4 discordam totalmente sobre a existência deste facto.

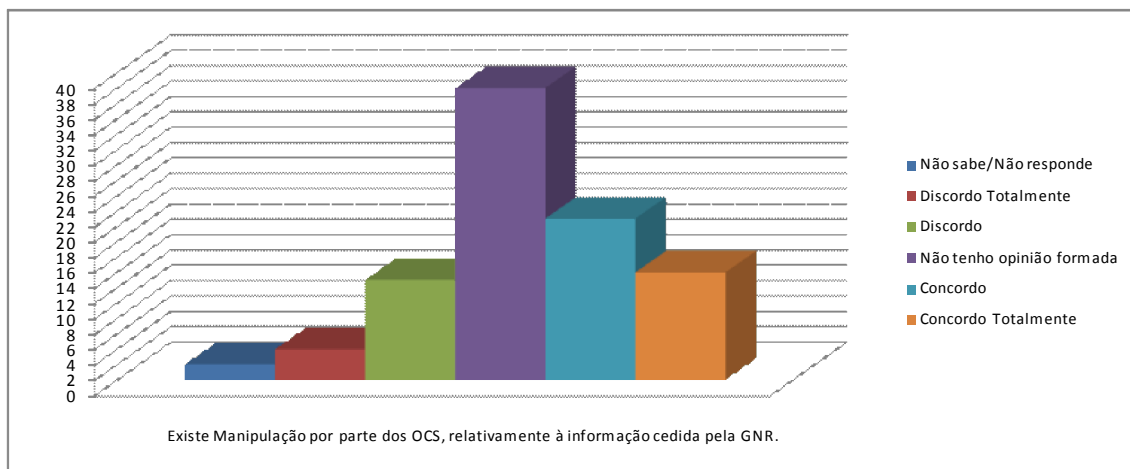


Gráfico 6.7: A manipulação por parte dos OCS no tratamento da informação recebida

6.1.9 A ABORDAGEM DOS COMANDANTES AOS SEUS SUBORDINADOS RELATIVAMENTE A QUESTÕES RELATIVAS AOS OCS.

A frequência com que os comandantes alertam os seus subordinados em relação aos OCS foi também alvo de estudo. Assim, 26 dos inquiridos referiram fazê-lo frequentemente e sete muito frequentemente. A maioria (32) apenas toma esta iniciativa às vezes, 18 fazem-no pouco frequentemente e 8 raramente ou nunca.

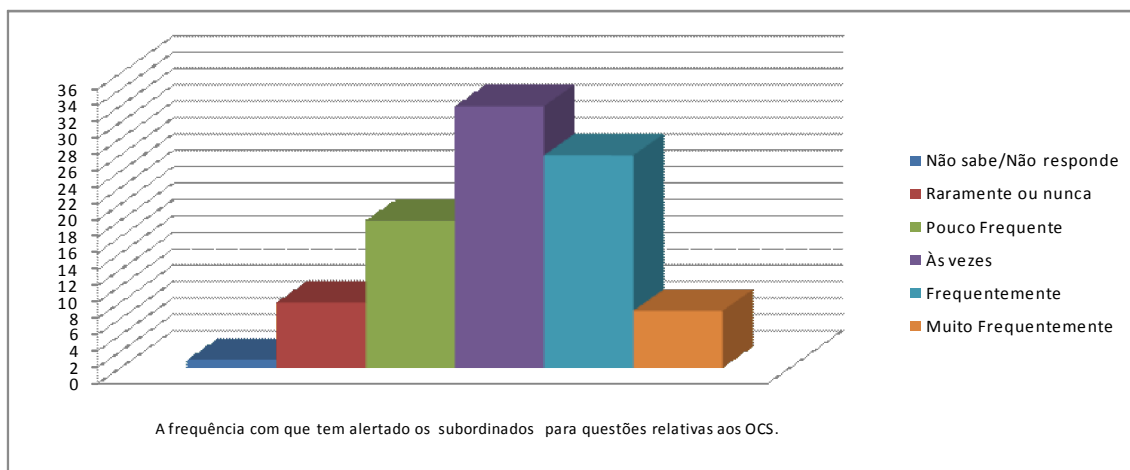


Gráfico 6.8: Abordagem dos Comandantes aos Subordinados relativamente aos OCS

6.1.10 O QUE SE PODERÁ FAZER PARA MELHORAR AS RELAÇÕES DA GNR COM OS OCS, COM VISTA A AUMENTAR AS RELAÇÕES DE COOPERAÇÃO ENTRE AMBAS.

Na última questão do inquérito foi solicitado que os militares manifestassem a sua opinião sobre o que se poderia mudar para melhorar a relação existente entre a GNR e os OCS, com vista a criar uma relação mais profissional e cooperante.

Apesar das respostas serem muito diversificadas, 20 dos inquiridos optaram por não se manifestar. Entre os que decidiram expressar a suas ideias, 17 sugeriram a criação de Gabinetes de Informação descentralizados ao nível Distrital/ Local, 10 apontaram a divulgação da actividade e dificuldades da GNR, aumentando assim o sentimento de credibilidade perante a Força e 8 defenderam uma maior sensibilidade no tratamento da informação por parte da GNR aos OCS, evitando igualmente manipulações. Existe também quem sugira um maior esforço na proliferação da imagem por parte da 5ª Repartição do Comando Geral (8 dos inquiridos), e quem afirme que a formação é essencial para a interacção com os media (7). Seis referem a criação de reuniões e colóquios entre as duas partes: GNR e OCS, 5 defendem que se deve mediar a informação a ceder aos OCS, evitando dessa forma colocar em causa as operações da GNR, 4 apostam na formação dos Comandantes nos diversos escalões, enquanto que, outros 3 referem que essa formação deverá ser também para os jornalistas interagirem com os militares e há, ainda, quem defenda que apenas deve haver mais profissionalismo entre ambas as partes (3 militares). Por último salienta-se o facto de um dos inquiridos defender que a actual relação é satisfatória ao ponto de não necessitar de qualquer mudança.

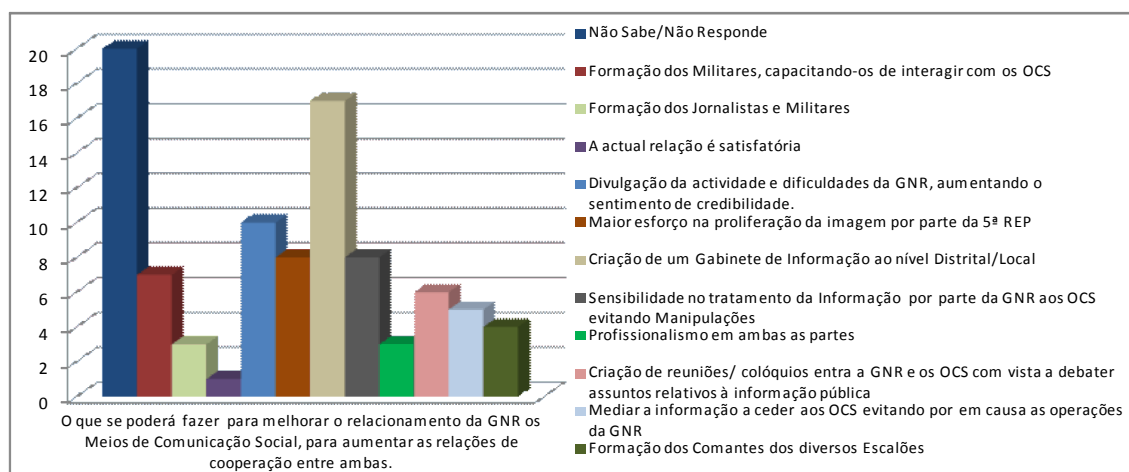


Gráfico 6.9: O que se poderá fazer para melhorar as relações da GNR com os OCS com vista a aumentar a cooperação entre estes

6.2 ENTREVISTAS

6.2.1 COMPARATIVAMENTE COM O PASSADO, QUAIS OS ESFORÇOS REALIZADOS ACTUALMENTE PELA GNR COM VISTA A CRIAR UM MELHOR RELACIONAMENTO COM OS ÓRGÃOS DE COMUNICAÇÃO SOCIAL?

Verificou-se que, nesta questão, os entrevistados foram unânimes nas suas opiniões. Todos certificaram que a GNR tem acompanhado a evolução dos tempos, mas comparativamente com o passado não são sentidos esforços que sejam relevantes de se salientar. No entanto, realçam alguns aspectos que a GNR respeita para que se crie um melhor relacionamento. Um dos entrevistados, o Tenente-Coronel Barão Mendes, acrescenta que, hoje em dia se vive da imagem e que os OCS, são hoje, os principais “fazedores” de opinião pública. Nesse sentido, a GNR teve que se preparar para responder a uma Comunicação Social que tem tanto de exigente, como de comercial, vende aquilo a que chamam “notícia”, sendo que notícia nem sempre é o mais ético, moral ou construtivo.

E para tentar fazer frente a esta problemática, a GNR tomou a iniciativa de colocar os seus militares a frequentar cursos no CENJOR. Desta forma abre as portas para um maior domínio de técnicas específicas de comunicação, criando por sua vez, um canal entre OCS e Guarda.

Por sua vez o Major Gonçalves defende que actualmente, este relacionamento resume-se ao grau de confiança e à credibilidade que se tenta incutir em ambas as partes.

Já o Tenente-Coronel Costa Lima admite que o desafio compromete-se com o acompanhamento da tecnologia, e este esforço verifica-se ao nível da capacidade e da rapidez no tempo de resposta. Situação que a GNR tem tentado manter para não falhar perante o mediatismo da informação e para não ser ultrapassada pelo acontecimento.

6.2.2 COMO CARACTERIZA O RELACIONAMENTO EXISTENTE ENTRE A GNR E OS OCS?

Relativamente a esta questão, as respostas obtidas variaram entre o “muito bom”, “ótimo” e a relação “dever/haver”.

Segundo a opinião do Tenente-Coronel Costa Lima e do Major Gonçalves, as relações existentes são as melhores. Esta situação deve-se ao contacto diário existente entre ambas as partes. O Tenente-Coronel Costa Lima acrescenta, ainda, que esta relação se deve à confiança depositada pelos jornalistas na GNR. Contudo esta premissa cria uma grande responsabilidade para a Instituição, que é a de não correr riscos no sentido de por em causa essa confiança.

A opinião do Tenente-Coronel Barão Mendes descentraliza-se um pouco das duas primeiras, e defende que essa relação resume-se à dialéctica do dever/haver, pois se por

um lado há cedência de notícias da parte da Guarda, sem que tenham sido solicitadas, a GNR assegura sempre desta forma que a notícia que foi publicada, tem a descrição dos factos, dada em versão oficial, o que para o jornalista se torna essencial porque trabalha com uma fonte que sabe que é credível.

Aborda também, a questão dos jornalistas que colocam diversas questões e, por mais que não se possa dizer tudo, deve-se evitar ocultar os factos e de forma transparente, falar-se abertamente para não destruir esta relação de “dever/haver”.

6.2.3 “OS MEDIA COMO ALIADOS.” COMO PODERÁ A GNR ASSEGURAR UMA RELAÇÃO DE SIMBIOSE COM OS OCS, CRIANDO ASSIM, UMA RELAÇÃO DE COOPERAÇÃO ENTRE AMBOS?

Conferiram-se, nesta questão, algumas discordâncias ao nível da opinião dos entrevistados. Dois dos inquiridos descrevem alguns aspectos a ter em conta para salvaguardar esta relação como aliados. Afirmam que esta relação apenas será possível, criando confiança e tornando-se uma fonte de notícias com interesse público, adequadas e tanto quanto possível, completas. A informação com rigor, oportunidade, critério e efectuada de forma a dar a ideia concreta de como as coisas acontecem, são essenciais para a relação OCS/GNR.

O terceiro entrevistado contudo não partilha a mesma opinião. Para ele a expressão acima descrita não será a mais correcta, porque, hoje em dia, a Comunicação Social ultrapassa, há muito, a noção de título e passou a depender de grupos económicos e empresariais. E se por um lado, o título informativo tem o objectivo de informar com verdade, por outro, existem os Grupos económicos, detentores desse título, em que o seu único objectivo é o de gerar o lucro. A única forma de algo semelhante acontecer, seria se a GNR respondesse a todas as satisfações desses grupos em tempo oportuno e se partilhasse bem a informação. Assim, o consumidor principal desses grupos ficaria agradado, como tal esta relação resultava em interesses económicos – a venda de informação.

6.2.4 COMO É ASSEGURADA A COMUNICAÇÃO COM OS OCS DURANTE UMA SITUAÇÃO DE CRISE?

Como resposta a esta questão, todos os entrevistados defendem que durante uma situação de crise, todas as informações devem ser canalizadas para um representante da Instituição. No entanto, o Tenente-Coronel Costa Lima e o Major Gonçalves adiantaram que, esse deve ser o representante máximo da Instituição, o General Comandante da GNR.

Contudo, o Tenente-Coronel Costa Lima adianta que no momento em que, esta informação é canalizada para a entidade máxima, o Porta-voz da GNR assume um papel importantíssimo, já que, pode aconselhar o General Comandante a tomar alguma decisão,

relativa ao que poderá ser dito para fora da Instituição. Realça, ainda, que não existe nenhum plano definido de gestão de crises e que cada caso tem de ser estudado de modo diferente. No entanto, a regra geral é verificar rapidamente o que levou a criar essa crise e informar o público através dos OCS, explicando aquilo que aconteceu, mesmo que se guardem para uma segunda análise dados mais pormenorizados. Isto é essencial para que os OCS nunca ponham em causa a veracidade.

6.2.5 QUAIS AS INICIATIVAS DA 5ª REP/ RP BT5/ RP BT PARA FAZER FACE À COMUNICAÇÃO SOCIAL NACIONAL/ REGIONAL?

Nas abordagens feitas a esta questão, tanto o Tenente-Coronel Barão Mendes como pelo Major Gonçalves, transmitem uma ideologia muito semelhante, revelando a forma como as Relações Públicas tanto na Brigada Territorial, como na de Trânsito, e em conjunto com a 5ª Repartição, tratam e transmitem para o exterior o desempenho dos militares da Guarda, através de palestras, briefings, acções de formação e fornecimento de meios multimédia, para que os destinatários se apercebam das intenções, capacidades, esforço, bem como as dificuldades e os riscos passados diariamente.

O Tenente-Coronel Costa Lima aborda esta questão de outra forma, referindo que a GNR está numa fase de mudança. Hoje em dia o conceito de Regional/Nacional é muito difícil de diferenciar, porque um jornal regional pode ter uma página online o que lhe permite, ser lido em qualquer parte do mundo. Assim, a GNR está a trabalhar no sentido de entender a imprensa com um todo. Refere, ainda, que ao nível dos Distritos e ao nível dos Grupos, deverá existir um responsável da GNR que seja capaz de enquadrar toda a Comunicação Social daquele Distrito e daquela localidade e que depois, ao nível do Comando Geral, num sentido mais macro, se possa trabalhar e distribuir pelo dispositivo, para que se possa saber o que se passa em todos os outros distritos ao nível Nacional.

6.2.6 NA SUA OPINIÃO PODE-SE FALAR DE “MANIPULAÇÃO” NO ÂMBITO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL?

Esta foi a questão onde os entrevistados mais divergiram.

Se por um lado existem opiniões que vão ao encontro de que, efectivamente, pode haver manipulação na Comunicação Social, é reconhecido que isso não pode acontecer amiúde, pois isso pode resultar de um mau profissionalismo da parte da Comunicação Social. Consideram, também, que esta manipulação pode ser colocada nos dois intervenientes OCS e GNR.

Já em sentido contrário está um dos entrevistados que defende que não existe manipulação. Poderão existir apenas, alguns interesses económicos por parte dos Grupos detentores desses OCS, que possam fazer uso dos seus órgãos de veiculação de notícias

para, de uma forma ou de outra, beneficiarem de capitalizações ou de dividendos para as suas empresas.

6.2.7 QUAL A MELHOR FORMA DE TRABALHAR COM OS MEDIA PARA QUE A IMAGEM DA GNR NÃO SEJA AFECTADA?

Mais uma vez verificou-se que existe um consenso de opiniões, pois se, para o Tenente-Coronel Barão Mendes e para o Major Gonçalves, a melhor forma de trabalhar com os media é através da construção de laços de confiança e consideração por parte dos media, antecipando-se perante as ocorrências evitando fragilizações no seio da Guarda, o Tenente-Coronel Costa Lima partilha desta opinião, acrescentando também que se pudesse usar apenas uma palavra para caracterizar esta forma de trabalhar, seria trabalhar com “Verdade”.

6.2.8 PENSA SER IMPORTANTE QUE A GUARDA SE “APOIE” NOS MEDIA PARA PASSAR PARA A OPINIÃO PÚBLICA UMA IMAGEM FAVORÁVEL? PORQUÊ?

A resposta a esta questão foi positiva para todos os entrevistados, embora um dos inquiridos defenda que, não se pode usar os media como meio de injectar informação para se obter uma boa imagem, contudo, a melhor forma de se mostrar o trabalho à sociedade é através da Comunicação Social. Este argumento é reforçado com o exemplo da BT, que durante um dia de patrulha na auto-estrada, apenas 0,1 % dos condutores, que por lá circulam, é que têm contacto com essa patrulha. Torna-se então, necessário criar notícias sobre a sua actuação, para se dar a conhecer o trabalho desenvolvido, difundindo assim uma imagem positiva da instituição.

6.2.9 NA SUA OPINIÃO O QUE PODE SER MELHORADO OU TRABALHADO PARA QUE A SOCIEDADE EM GERAL ENCARE A GNR COMO UMA FORÇA DE SEGURANÇA PRÓXIMA E AO MESMO TEMPO DESTRUA AQUELA IMAGEM DE QUE É UMA FORÇA QUE ESTÁ SEMPRE PERTO DO REGIME?

Constatou-se que, se por um lado, para o Major Gonçalves este trabalho se resume a um investimento na formação, de onde decorram melhores práticas traduzidas, em actividade séria e empenhada, que promovam no cidadão uma atitude geradora de confiança, para o Tenente-Coronel Barão Mendes e para o Tenente-Coronel Costa Lima o facto de estar próximo do regime não é defeito. A GNR ao longo dos tempos tem acompanhado vários regimes e vai se adaptando à medida que vão surgindo evoluções. A Guarda está no caminho certo da modernidade, da civilidade, do cidadão e dos respectivos problemas, está empenhada e deve envolver-se de forma visível, “e publicada” em programas sociais, como o apoio à vítima, aos idosos e à população escolar.

6.3 SEMINÁRIO

6.3.1 A COMUNICAÇÃO DE (IN)SEGURANÇA -POLÍCIA, MEDIA, SEGURANÇA: PERSPECTIVAS

Intervenientes	Os Media	As Forças de Segurança
Dr. José Magalhães, (Secretário de Estado Adjunto e da Administração Interna)	<ul style="list-style-type: none"> -O Jornalista tem o direito de informar. -O trabalho Jornalístico não é uma questão de gozo, existe um público que necessita de ser informado. -Os Jornalistas são os detentores de informação, e têm a missão de informar. 	<ul style="list-style-type: none"> -Numa situação de crise, ou instabilidade, as F.S. têm de trabalhar no sentido de saber, o que é que é possível fazer, dizendo a verdade para introduzir um sentimento de segurança, capaz de controlar o “tsunami” de instabilidade. -“Quais são nestas circunstâncias, as contra-medidas capazes de introduzir vectores de segurança?”
Comissária Paula Monteiro (Porta-Voz da PSP)	<ul style="list-style-type: none"> -Existe uma enorme procura da crise, “do Tsunami”, por parte dos media. -Há dois tipos de Jornalistas, o que faz serviço público e que procura os factos que realmente interessam ser noticiados e o sensacionalista que não procura a verdadeira informação, mas sim, pormenores que não são de modo nenhum serviço público. -Muitas vezes as interpelações que são feitas às Forças de Segurança são à procura do negativismo da notícia. -Deve-se especializar o jornalista para trabalhar na área da Segurança Interna, para evitar perguntas elaboradas por jornalistas sem qualquer noção relativa ao que se está a perguntar. 	<ul style="list-style-type: none"> -É fundamental que as Forças de Segurança falem a verdade, para acentuar o grau de credibilidade nas Instituições. -Para transparecer esta verdade é importante o papel do porta-voz, onde a sua missão é transmitir segurança à população. -Neste “Tsunami” é necessário fazer uma triagem daquilo que é importante, informar o que deve ser feito e transparecer uma postura positiva ao cidadão, transmitindo o máximo de Segurança. -É importante que haja formação de um porta-voz, assim como Gabinetes de Informação, evitando que os media recorram a informações cedidas por outras fontes, correndo o risco da informação nem sempre corresponder à verdade.
Dr. Mário Crespo (Jornalista)	<ul style="list-style-type: none"> -Defende que a problemática não se resolve com uma formação específica dos jornalistas. “Os Media são um negócio”. 	<ul style="list-style-type: none"> À semelhança dos EUA, defende a criação de “Gabinetes de informação Pública”, os “Public Affairs”, que são o primeiro Gabinete que o jornalista contacta.
Tenente-Coronel Costa Lima (Porta-Voz da GNR)	<ul style="list-style-type: none"> -Há necessidade de alimentar jornais. Dá o exemplo dos jornais gratuitos, que são lidos por mais de 1 milhão de leitores. -Questiona, sobre a quantidade de informação que é necessária criar para alimentar os Jornais. -Muitas vezes os media procuram respostas apenas para criar tema de discussão 	<ul style="list-style-type: none"> -O grande problema são as fontes, deve ser analisado o papel de quem faz a ligação entre a fonte, os militares no terreno, e os jornalistas.
Dr. Rogério Alves (Advogado)	<ul style="list-style-type: none"> -Os media devem promover a actividade das Forças de Segurança, no sentido de incutir nos cidadãos um sentimento de confiança por parte das FS, mostrando o trabalho que é limitado pelos seus meios, porque não se fazem milagres, ao contrário de alguns pensamentos. 	<ul style="list-style-type: none"> -Existem 3 aspectos fundamentais com que as Forças de Segurança se devem preocupar: a imagem; a Investigação Criminal; e a Segurança.
Dr. Rui Pereira (Ministro da Administração Interna)	<ul style="list-style-type: none"> -Os media têm um enorme poder, que lhes permite construir e destruir rapidamente. Refere que os media são um factor de Segurança e insegurança. -A Comunicação deve ser usada para garantir Direitos, como o da Segurança. 	<ul style="list-style-type: none"> -Deve existir cooperação entre as partes, “até porque o que caracteriza os Estados Democráticos é serem Pluralistas, Estados que promovem Direitos, muitas vezes conflituosos”.

Tabela 1: 1ºSeminário Internacional “A Polícia e os Media”-A comunicação de (in)segurança. ISCP SI

CAPÍTULO 7 - DISCUSSÃO DE RESULTADOS

Depois de apresentados os resultados obtidos durante o trabalho de campo, torna-se necessário efectuar a sua discussão para, posteriormente, se estar em condições de se realizar uma conclusão.

No estudo que se efectuou à amostra, verificou-se que nem todos os militares assumem funções de comando por períodos de tempo semelhantes. Através da escala definida pode-se conferir que, existe uma discrepância em tempo de funções, isto é, existem militares que só há alguns meses desempenham essa função e outros que comandam há mais de sete anos. No entanto, como se pode verificar no **Gráfico 6.1**, o tempo de comando não se torna proporcional ao número de contactos estabelecidos com os OCS, subentendendo-se, neste caso, que existem outros factores, como o espaço onde estão inseridos ou a confiança construída entre ambas as partes, que potenciam o interesse dos OCS em abordar a GNR.

Esta questão leva-nos, então, ao relacionamento existente entre a GNR e os OCS. Os porta-vozes da Guarda, assumem que, de um modo geral, a GNR mantém um bom relacionamento com os media e que isso se pode verificar desde o nível de confiança existente entre eles até às relações de cooperação, que são necessárias para que ambos retirem proveito da relação e que prossigam com a sua missão.

Constatou-se ainda que os inquiridos por questionário partilham a mesma opinião dos porta-vozes, conforme se pode visualizar no **Gráfico 6.5**, ao afirmarem que o relacionamento com os OCS e as projecções que daí surgiram não afectaram o desempenho das suas funções, embora todos concordem que é necessária formação específica no âmbito da Comunicação Social para que possam estar aptos a responder às necessidades dos OCS.

Os inquiridos são, ainda, unânimes em afirmar que uma boa relação com os OCS traz vantagens para a missão, no entanto, apurou-se que são poucos os militares que optam por tomar iniciativas junto dos media, com o intuito de promover a imagem da Guarda (**Gráfico 6.2**). Supõem-se que, o facto de a hierarquização rígida da Guarda seja uma das condicionantes que poderá impedir uma fluidez nos contactos com os OCS.

No estudo tentou-se apurar também se, comparativamente com as restantes FS, a GNR tem mostrado maior desempenho no seu desenvolvimento para melhorar o relacionamento profissional com os OCS. Os entrevistados entendem que, apesar de ao longo dos tempos os OCS terem sofrido algumas evoluções, fruto do aparecimento das novas tecnologias, a GNR tem-se esforçado para acompanhar de modo a que essa relação

não se destrua. Contudo, tal como se pode verificar no **Gráfico 6.4**, os restantes inquiridos dividem-se nas suas opiniões, havendo uma maioria que afirma não ter nenhuma ideia formada neste âmbito.

Ao se analisar, junto dos porta-vozes, se os OCS seriam vistos como aliados pela GNR e se a Guarda poderia assegurar uma relação de “simbiose” com estes, verificou-se que se por um lado se pode assumir essa relação, através da confiança construída entre as partes e ao ceder notícias de interesse público, com rigor e oportunidade, por outro lado não se podem considerar os OCS como aliados porque, se há alguns anos estes eram um título de informação, agora existem grupos empresariais que, para além do dever e o propósito de informar, assumem objectivos considerados como muito importantes, objectivos económicos. Mais do que informar ou noticiar, o importante são os benefícios dos dividendos económicos. Esta ideia acaba também por ser reforçada pelo jornalista Mário Crespo, durante o Seminário observado, quando afirmou que “Os media são um negócio”.

Sendo a Guarda constituída por um dispositivo muito descentralizado e um extenso universo de militares, por vezes torna-se complicado lidar com determinadas situações, acabando mesmo por ser impossível “controlar” o dia-a-dia dos seus militares. Havendo conhecimento desta realidade tentou-se perceber como era gerida a comunicação durante situações que podem ser consideradas como de crise. Também aqui se verificou uma unanimidade entre os porta-vozes, que afirmaram ser necessário, após o prosseguimento e respeito da cadeia hierárquica da Guarda, tomar como princípio de base a identificação da crise e, após esta estar identificada, contar toda a verdade com a maior brevidade possível.

Esta questão foi igualmente verificada nos restantes militares, que foram ao encontro dos pareceres dos seus Porta-vozes. Segundo o **Gráfico 6.6**, apesar da maioria dos militares já se ter sentido pressionado pelos OCS, constatou-se que é comum colaborarem com os jornalistas em situações que sugerem factos propícios a serem noticiados e que têm interesse público.

Também os intervenientes no seminário, o Secretário de Estado, Dr. José Magalhães, a Comissária Paula Monteiro e o Tenente-Coronel Costa Lima, defendem que se deve envergar por este caminho. Ressalva-se, porém, a opinião do Dr. José Magalhães que declarou que numa situação de crise ou instabilidade, as FS têm de trabalhar no sentido de saber, o que é preciso fazer, dizendo a verdade, para introduzir vectores que induzam ao sentimento de segurança capaz de controlar o “Tsunami de instabilidade”.

A Comissária Paula Monteiro acrescenta ainda outros factores a esta problemática. Para ela há a procura, por parte dos jornalistas, desse “Tsunami” e, muitas das vezes, as interpelações feitas às FS são com o intuito de procurar a negatividade dos acontecimentos. Existe uma procura do sensacionalismo e não da verdadeira informação. Pormenores que acabam por não ser de modo nenhum serviço público.

O Porta-voz da GNR defende, no entanto, que o problema são as fontes. Quem faz a ligação entre os militares no terreno e os jornalistas.

Considerou-se, também, ser importante para o estudo, verificar se existe manipulação da informação e, neste caso, os porta-vozes divergem nas suas opiniões. Se por lado defendem que realmente existe uma certa manipulação, que pode resultar de um mau profissionalismo dos jornalistas, por outro consideram que esta manipulação pode surgir nos dois intervenientes: OCS e GNR. No entanto, também, é reflectido que não existe manipulação, mas que se observam alguns interesses económicos por parte dos grupos detentores dos media.

Similarmente, os restantes inquiridos encontram-se divididos entre os que concordam e os que não concordam, como se pode perceber através do **Gráfico 6.7**.

Do que se observou nas várias intervenções efectuadas durante o seminário, não se pode dizer que se falou directamente no conceito de manipulação, todavia, o facto de o jornalista muitas das vezes procurar apenas a negatividade dos acontecimentos, com o objectivo de gerar tema de discussão, sugere que a informação poderá ser manipulada no sentido de ir ao encontro do sensacionalismo que muitos procuram. Mais uma vez, se julga ser de realçar a afirmação do jornalista Mário Crespo, que advertiu para a realidade de os media serem um negócio.

Uma vez que o tema do trabalho se prende com a comunicação social ser um meio para melhorar a imagem da GNR, tentou-se perceber como os militares encaram a importância do apoio dado aos media, para estes fazerem passar para a opinião pública uma imagem favorável. Os inquiridos defenderam esta ideia como muito positiva para a Guarda, no entanto, há quem advogue que a interacção existente neste âmbito também traz, por vezes, vulnerabilidades à própria imagem da GNR, conforme se pode verificar no **Gráfico 6.3**.

Já os entrevistados foram, novamente, unânimes na sua positividade, embora defendam que não é apenas com boas notícias injectadas nos media que se constrói a imagem da Instituição. Salvaguardam, igualmente, a questão da atitude dos militares no terreno, porque o conceito de proximidade é também muito importante para a construção da imagem.

O Ministro da Administração Interna (MAI), Dr. Rui Pereira, no discurso que proferiu durante o seminário, declarou que os media têm um grande poder relativamente à imagem de uma Instituição, podendo dignificá-la ou mesmo destruí-la. Contudo, salientou que, a comunicação social deve ser usada no sentido de garantir Direitos, como o da Segurança.

Da mesma opinião é o Dr. Rogério Alves, que relativamente à imagem, defende que os media devem promover a actividade dos Forças de Segurança e inculcar nos cidadãos um sentimento de Segurança.

A última questão que foi colocada aos porta-vozes abordou as mudanças que deverão existir para que, a sociedade em geral, encare a GNR como uma Força de Segurança mais moderna e adaptada integralmente às necessidades dos dias de hoje. Mais uma vez as respostas foram muito semelhantes. A aposta vai no sentido de haver mais investimento na formação dos militares, de onde podem decorrer melhores práticas e a promoção de um sentimento de confiança no cidadão. Todavia, para os porta-vozes, a GNR já tem vindo a trabalhar nisso ao longo dos tempos, e sendo assim pode-se considerar que está a caminho da modernidade.

Também aos Comandantes de Destacamento, Subdestacamento e Posto foi aplicada uma última questão.

O objectivo destas duas últimas questões é muito semelhante: perceber se há um sentido de mudança e verificar se esta é, eventualmente, necessária.

Assim, neste último caso, a questão colocada foi no sentido de perceber o que fazer para melhorar as relações com os OCS com vista a aumentar as relações de cooperação entre ambos. Permitiu-se que os inquiridos respondessem livremente e formulassem as suas sugestões.

Verificados os resultados, que constam no **Gráfico 6.9**, apurou-se que, grande parte dos militares, são defensores da criação de Gabinetes de informação ao nível distrital ou local. No entanto, outros pareceres foram também valorizados e relacionam-se com o divulgar da actividade e dificuldades da GNR, aumentando desta forma o sentimento de credibilidade; maior esforço na proliferação da imagem por parte da 5ª Repartição; sensibilização no tratamento da informação, por parte da GNR, a ceder aos OCS, evitando possíveis manipulações; formação dos militares, capacitando-os de interagir com os OCS; criação de reuniões e colóquios entre a GNR e os OCS com vista a debater assuntos relativos à informação pública; mediar a informação a ceder aos media; formação dos Comandantes dos diversos escalões; formação dos jornalistas e militares e mais profissionalismo entre ambas as partes.

Quando se relacionaram as opiniões dos militares com as que foram proferidas pelas entidades presentes no seminário, constatou-se que elas se cruzam e vão ao encontro do mesmo sentimento. Muitos dos militares vão ao encontro do jornalista Mário Crespo, que afirma ser necessário: a criação de Gabinetes de Informação Pública. A Comissário Paula Monteiro projectou no sentido de existir mais formação ao nível dos porta-vozes das FS, salientando também a necessidade da verdade ser sempre encarada como premissa principal para acentuar o grau de credibilidade das instituições. E, por último o Ministro da Administração Interna, defendeu uma maior cooperação entre as partes.

Ponderando, então, sobre os resultados que se obteve neste estudo há, ainda, a salientar a pouca iniciativa que se observa nos militares comandantes, conforme se observa no Gráfico 6.8. Apenas uma pequena parte aborda os seus subordinados frequentemente

com o intuito de os alertar para questões relativas à abordagem dos OCS e a importância de se saber lidar com eles.

Destaca-se, também, que para além de alguns aspectos a melhorar em ambas as partes, de uma forma geral, os militares dos diversos escalões abordados têm uma relação favorável com os jornalistas, e isto poderá estar relacionado com a aposta que a GNR tem vindo a desenvolver neste âmbito.

Por outro lado, tal como se verificou no Seminário a que se assistiu, os jornalistas também sentem essa proximidade com Guarda e, este sentimento acaba por ser acentuado num artigo publicado pelo jornalista Mário Crespo, relativamente aos incidentes ocorridos durante o mês de Julho de 2008 que incidem sobre uma “Limpeza étnica”³⁴ existente em alguns bairros deste País.

Assim, Crespo (2008), defende que muitas das vezes o País se preocupa demasiado com questões de comodismo que, quando bem analisadas não passam de questões de xenofobia criada pela aversão a outras culturas, criando o levantamento de uma certa instabilidade sem fim justificativo. Surgindo esta instabilidade, nasce também a tentativa de apaziguamento, sujeitando as FS a riscos elevados por questões meramente comodistas. “Provavelmente, enquanto arriscam a vida neste parque temático de incongruências sociopolíticas, os defensores do que nos resta de ordem pensam que ganham menos que um desses agregados familiares de profissionais da extorsão e que o ordenado da PSP deste mês de Julho se vai ressentir outra vez da subida da Euribor.” (Crespo, 2008)

Para finalizar a discussão, realça-se que relativamente à PSP, a GNR tem-se desenvolvido com mais predominância no âmbito da Comunicação Social. A Guarda, nos últimos anos, tem vindo a reunir esforços com vista a formar os seus Oficiais e Sargentos no âmbito da Comunicação Social³⁵. Esta formação permite que os militares se familiarizem com estúdios de televisão e rádio e ao mesmo tempo alerta-os para as diferentes técnicas de jornalismo e para as formas de estar com os jornalistas.

Ao que se apurou a PSP centra-se mais os seus intentos num porta-voz, que representa toda a Instituição. Pôde-se verificar isso, quando a Comissária Paula Monteiro, no decorrer do Seminário, partilhou com os assistentes que admite não ter qualquer formação qualificada na área dos media, dependendo apenas de algumas capacidades inatas que a PSP considerou na sua pessoa. Admitiu, ainda, a necessidade de criar mais porta-vozes na PSP.

³⁴ Ver Anexo D.1.4 – Limpeza étnica

³⁵ Formação de Comunicação e interação com os Media no CENJOR

CAPÍTULO 8 - CONCLUSÕES E ANÁLISE PROSPECTIVA

8.1 SÍNTESE CONCLUSIVA

Ao longo deste trabalho foram realizadas várias pesquisas que permitiram verificar que existem, nesta área, dois grandes poderes que cada vez mais se assumem como fundamentais perante a sociedade actual. São eles a **Imagem** e a **Comunicação Social**.

Assim, e indo ao encontro da primeira hipótese colocada inicialmente, a imagem, numa sociedade totalmente virada para a inovação, é considerada como um objectivo a atingir. A imagem provoca, num público que é cada vez mais exigente, um desencadear de atitudes emocionais, cognitivas e comportamentais.

Por isso são muitas as estratégias utilizadas pelas instituições para criarem uma imagem benéfica para o seu trabalho, ou produto, e que querem fazer passar para o cidadão. No entanto, se não forem utilizados métodos específicos para a realidade que se quer fazer transparecer, a imagem nunca atingirá os patamares que se pretendem. É, também, neste sentido que grande parte das empresas utilizam a Comunicação Social, pois os media para além de lhes proporcionar a entrada em mercados, por vezes fechados, constroem a imagem que se ambiciona, permitindo-lhes combater efeitos indesejados.

Verifica-se, então, a autenticidade da segunda hipótese apresentada neste trabalho. A Comunicação Social assume-se como um factor importantíssimo para a veiculação da imagem e, conforme já foi citado no início deste estudo, tem a capacidade de construir e destruir rapidamente a imagem de uma empresa ou instituição. Esta capacidade pode-se traduzir pelas evoluções que as tecnologias têm sofrido ao longo dos tempos e que facilitam cada vez mais uma aproximação ao cidadão, levando-lhe informação com o mais diverso conteúdo, quer esteja num local próximo da empresa/instituição quer se encontre num qualquer outro canto do mundo.

A GNR, segundo os dados obtidos através da análise de campo, assume também o desempenho da Comunicação Social como fundamental para a criação da sua imagem.

No entanto, há que ter em atenção que a relação que se constrói com os OCS não serve apenas para difundir boas notícias para a sociedade. Segundo o que se apurou durante a investigação, os media são necessários para que o sentimento de proximidade e de segurança aumente junto do cidadão. E, quando isso não acontece, os esforços realizados, para que esse sentimento retome, são ampliados nas estratégias seguidas pela Guarda.

Esta realidade permite concluir que a terceira hipótese não depende só do grau de fidelidade ou de favorecimento da informação que foi transmitida pelos jornalistas. Através da análise realizada verificou-se que existem meios e jornalistas que têm como principal interesse o sensacionalismo e o negativismo da notícia. Logo, o pouco conhecimento que têm sobre as Forças de Segurança e a pouca ética que incluem no seu trabalho, acaba por transmitir um sentimento que não vai ao encontro da realidade e que é contrário ao que se pretende. Felizmente estes são casos pontuais e levam-nos a considerar que não podem ser tomados como um todo.

No entanto, existem ainda outros factores, que podem explicar esta versão distorcida da realidade. Neste trabalho foi abordado o facto de a manipulação poder subsistir nos OCS, mas o que se assimilou foi que manipulação é uma palavra demasiado pesada, por isso as opiniões divergem muito. Conclui-se, portanto, que o mais correcto seria falar de certos interesses por parte de alguns grupos económicos, detentores de meios de comunicação social e que, muitas das vezes, canalizam a notícia com o intuito apenas de retirar benefícios a favor da sua economia.

Observou-se ainda que os atritos, que por vezes ocorrem, não são uma norma no que acontece na relação entre a GNR e os OCS, o que valida a quarta hipótese colocada, pois a percepção existente é que a GNR mantém uma ligação bastante razoável com os media e que esta correspondência tem como base a cooperação em prol dos objectivos, que acabam por se cruzar entre as duas entidades (segurança/informação). Mesmo nos casos considerados como de crise, e que podem afectar a boa imagem da Instituição, a Guarda sente que a única forma que tem para combater é o facto de estar sempre preparada para ela e transmitir apenas a verdade.

O trabalho desenvolvido pelos militares torna-se, assim, fundamental, porque quando motivados para o facto de que as suas acções, decorrentes da sua actividade operacional, são importantes na formação da imagem da Guarda, fortalecem o empenho da GNR em construir uma imagem positiva junto do cidadão. Todavia, esta questão acaba por contrariar a quinta hipótese, pois não se pode afirmar que é apenas ao Comando Geral que compete a obrigação de alimentar uma boa imagem. A imagem é construída diariamente pelos cerca de 25 mil militares ao longo do país.

Depois de conferidas todas as hipóteses estão criadas as condições para dar resposta à problemática inicial.

Logo, perante o problema “De que forma a relação entre a GNR e a Comunicação Social pode influenciar a informação transmitida para a Sociedade e consequentemente alterar a imagem da Guarda?” pode-se concluir que, apesar de existir um bom relacionamento entre a GNR e os OCS, é necessário que o esforço e a vontade de manter esta ligação se mantenham.

Conforme se observou, os OCS têm muito poder, contudo, estes não são auto-sustentáveis. É sabido que, entre os jornalistas, existe um enorme interesse em construir uma óptima relação com a Guarda, pois só assim têm um acesso fidedigno às notícias que pretendem transmitir. Porém a GNR, e os seus representantes, também não podem deixar quebrar esta ligação de benefícios mútuos. O esforço em ceder a informação em tempo oportuno deverá ser conservado, para além de se manter como vector primordial a verdade e a transparência, que são fundamentais para o sentimento de credibilidade criado em ambas as partes.

Assim, tendo em vista o esforço que é efectuado para responder às necessidades da Comunicação Social, o relacionamento de “simbiose” acaba por ser mantido e, como consequência, as alterações à imagem da GNR só podem ter um sentido: o do positivismo, porque quanto mais os media conhecerem a realidade da GNR, bem como as suas acções, a sua cultura e até as suas dificuldades, mais se vão integrar neste meio, permitindo-lhes compreender o que por vezes se sente no seio da Instituição. Isso poderá dar um óptimo contributo para o sucesso que se quer garantir na criação de um nível de sentimento de segurança que é diariamente assegurado pelos militares.

Conclui-se, portanto, que: **Os jornalistas não são de maneira nenhuma aquele predador de que se deve fugir, eles podem ajudar e muito! É apenas necessário que haja partilha de informação entre a GNR e os OCS, sobretudo que exista uma boa Comunicação.**

8.2 ANÁLISE PROSPECTIVA

O estudo que se realizou permitiu fazer uma análise perspectiva que vai no sentido de melhorar as relações entre a GNR e os OCS num futuro próximo.

Assim, de forma sucinta, e com base nas opiniões obtidas, que vão ao encontro do que os militares, distribuídos ao longo do dispositivo da GNR, julgam ser prioritário para as suas necessidades e para corresponder ao que é desejado pelos OCS, crê-se ser importante a criação de Gabinetes de Informação, mais descentralizados ao nível distrital ou local, promover mais acções de divulgação por parte da GNR junto dos OCS, mostrando desta forma a sua actividade e, mesmo, as suas dificuldades, realizar mais formação, no âmbito da Comunicação Social, para os militares dos diversos escalões e promover a formação dos jornalistas em assuntos relativos à segurança.

Pensa-se que o desenvolvimento destas acções poderão aumentar o sentimento de credibilidade que já está instaurado e assim potenciar a imagem da Guarda e o seu objectivo primordial – a SEGURANÇA.

8.3 LIMITAÇÕES

A realização deste trabalho foi confrontada com algumas limitações que, apesar de tudo, não impediram a concretização dos objectivos estabelecidos.

Contudo, será importante realçar que o escasso tempo determinado para a realização do estudo, a limitação do número de páginas e a falta de meios sentidos no seio da Guarda, nomeadamente de meios de comunicação como a Internet, foram sentidos como possíveis entraves ao sucesso que se pretendia obter no aprofundamento de um tema tão importante como o que foi tratado.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

METODOLOGIA

- Academia Militar (2008), Orientações para redacção de trabalhos, Academia Militar, Lisboa.
- Arkin, N & Colton, R. (s.d.), apud BRAVO, Restituto Sterra. Ob. cit. P. 100
- Carmo, H; Ferreira, M. (1998), Metodologia da Investigação. Guia para auto-aprendizagem, Universidade Aberta, Lisboa.
- Estrela, E. Soares, M. A. Leitão, M. J. (2006), Saber Escrever Uma Tese e Outros Textos, Dom Quixote, Lisboa.
- Sarmiento, Manuela (2008), Guia Prático sobre a Metodologia Científica para a Elaboração, Escrita e Apresentação de Teses de Doutoramento, Dissertações de Mestrado e Trabalhos de Investigação Aplicada, Universidade Lusíada Editora, Lisboa.
- Picoto A. (2007) Apontamentos do módulo de Planeamento e Gestão de Campanhas, Sondagem e Estudos de Mercado (Market Research) da Pós Graduação em Estratégias da Comunicação e Assessoria Mediática do ISLA: Lisboa
- Quivy, R; Campenhoudt, L. V. (2005) Manual de Investigação em Ciências Sociais (4ªed.), Gradivo: Lisboa

LIVROS E REVISTAS

- Araújo, S. (1988), Vamos Falar de Jornalismo, Direcção-Geral de Comunicação Social, Lisboa
- Breton, P. (2002), A Palavra Manipulada, Editorial Caminho, Lisboa
- Castro, J. P. (2002), Comunicação de Marketing, Edições Sílabo, Lda, Lisboa
- Descheper, J. (1990), Saber comunicar com os jornalistas, Tito Lyon de Castro, Mem Martins
- Forte, I. (2000), A Censura de Salazar no Jornal de Notícias, Minerva, Coimbra
- Gillmor, D. (2005), Nós, os media (1ª ed.), Presença, Lisboa
- Jespers, J.(1998), Jornalismo Televisivo, Minerva, Coimbra
- Lampreia, M. (2007), De Gestão de Crise ao Marketing de Crise (1ª ed.), Texto Editora, Lisboa
- Lloyd, H., & Lloyd, P. (1995), Teach Yourself Public Relations, Presença, Lisboa
- Otão, S. (2008). Crime domina Noticiários. Jornal de Notícias , 56.

Paquete de Oliveira, J. M., Feio, J. P., Mateus, J., Graça, L., Jesus, C., & Fernandes, J. E. (1984). A Comunicação no Quotidiano Português. Lisboa: Relógio d'Água.

Rodrigues, A. D.(s.d). A Comunicação Social. Noção, História, Linguagem. Lisboa: Vega.

Rodrigues, A. D. (2001). Estratégias da Comunicação (3ª ed.). Lisboa: Editorial Presença.

Santos, J. R. (2001). Comunicação. Lisboa: Prefácio.

Warasquiel, E. (2004). Dicionário dos Média. Lisboa: Plátano Editora S.A.

Wolton, D. (1999). Pensar a Comunicação. Lisboa: Difel.

Wolf, M. (2001). Teorias da Comunicação (6ª ed.). Lisboa: Editorial Presença.

LEGISLAÇÃO

Lei orgânica da Guarda Nacional Republicana, Lei n.º 63/2007 de 6 de Novembro.

Declaração Universal dos Direitos do Homem

Convenção Europeia dos Direitos do Homem

TESES E OUTROS TRABALHOS

Quelhas, C. (2006), A comunicação interna como factor de desenvolvimento organizacional, Trabalho Final de Curso, Academia Militar, Lisboa.

Gonçalves, C. (2006). Qual a imagem institucional da GNR segundo a imprensa nacional no ano de 2005? Lisboa.

Assunção, J. N. (2007), Media Interactivos - O futuro passa por aqui, www.citi.pt, Lisboa

Bost, S. (2006), A Televisão e o Cinema na Era da Web 2.0, www.citi.pt, Lisboa

Lopes, L. (2007), Marketing para empreendedores, Instituto Politécnico de Bragança, Bragança.

Reis, L. (2005), A GNR e os Media, Trabalho Final de Curso, Academia Militar, Lisboa

SÍTIOS DA INTERNET

Almeida, P. (2006). Código Deontológico das Jornalistas. Obtido em 01 de 07 de 2008, de <http://static.publico.clix.pt/>

Almeida, M., & Santos, S. C. (08 de 06 de 2006). Cidadão jornalista revoluciona media. Obtido em 24 de 06 de 2008, de <http://www.dn.sapo.pt>

Azenha, S. (05 de 07 de 2008). Condutor baleado na cabeça pela GNR após fuga de operação "stop" e tentativa de atropelamento de dois agentes. Público. Obtido em 07 de 07 de 2008 de <http://ultimahora.publico.clix.pt/noticia.aspx?id=1334544#Commente>

Espadinha, J. (06 de 04 de 2008). TVI propõe transformar cidadãos jornalistas. Obtido em 25 de 06 de 2008, de <http://dn.sapo.pt>:

MAI. (s.d.). Memórias MAI. Obtido em 01 de 07 de 2008, de <http://www.mai.gov.pt>

Neves, R. (11 de 06 de 2008). Fonte de comunicação. Obtido em 2008 de 07 de 02, de <http://www.fontedecomunicacao.com/>

Rein, I, Kotler, P & Stoller, M. (s.d.). O Marketing das Celebridades. Obtido em 12 de 06 de 2008, de http://www.centroatl.pt/edigest/edicoes99/ed_out/ed60cap3a.html

Oliveira, V. (s.d.). Comunicação, Informação e Acção Social. Obtido em 08 de 07 de 2008, de <http://www.opas.org.br>: http://www.opas.org.br/rh/publicacoes/textos_apoio/

Santo, P. (1997). O Processo de Persuasão Política. Lisboa: Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação, www.bocc.ubi.pt.

Serra, P. (s.d.). Web e a credibilidade. Obtido em 02 de 07 de 2008, de www.bocc.ubi.pt: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/serra-paulo-web-credibilidade-blogs.pdf>

Teixeira, A. (05 de 07 de 2008). Jovem alvejado por GNR está em estado crítico. DN. Obtido em 07 de 07 de 2008 de http://dn.sapo.pt/2008/07/06/cidades/Jovem_alvejado_gnr_esta_estado_criti.html

Vianasocialecultural. (s.d.). Obtido em 02 de 07 de 2008, de <http://www.vianasocialecultural.com>

Wikipedia (22 de 05 de 2008). Jornalismo do Cidadão. Obtido em 24 de 06 de 2006, de <http://pt.wikipedia.org>

APÊNDICES

APÊNDICE A

A.1 PERSPECTIVA HISTÓRICA DA COMUNICAÇÃO SOCIAL

A Comunicação, desde sempre, tem correspondido a uma necessidade fundamental do Homem. Um simples gesto, um som emitido, uma palavra, todos resultado da actividade do organismo humano são formas de comunicar. O mundo exige que o Homem comunique para sobreviver, dado que o homem à partida, quando nasce é um ser dependente. Daí essa exigência em comunicar, para sobreviver.

Hoje em dia, as sociedades são invadidas pela Comunicação Social em suas casas, através da televisão que delicia os olhos ao tomar uma refeição, a rádio que nos acorda para mais um dia de trabalho, a folha de jornal que nos guia no transporte público até ao local de trabalho, etc. O Homem é bombardeado de informação, quase de forma inconsciente.

Ao avaliar a evolução cultural da sociedade neste último século, verifica-se que se progrediu mais do que nos três séculos precedentes. Este motivo poderá estar relacionado com o desenvolvimento explosivo dos meios de comunicação social.

Assim, para uma mais fácil compreensão destas formas de comunicação, abordemos algumas datas, que marcaram esta evolução histórica da Comunicação Social.

“Em 1814, o Jornal Britânico Times, através da criação da Imprensa a vapor pelo inventor Koenig, passa a tirar 1100 exemplares por hora.

Em 1835, em Paris é fundada a primeira agência noticiosa, agência Havas, o que permitiu reunir num espaço toda uma diversidade de informação, que depois permitia a sua difusão, através de um processo de prático de subscrição. No início foram utilizados os pombos correio que, mais tarde, acabaram por ser substituídos pelo telégrafo e pela telegrafia sem fios.

Em 1848, é inventada a imprensa de cilindros, pelo senhor Hoe, o que aumentou a tiragem média dos jornais de 1 100 para 10 000 exemplares por hora, já em 1876, o Físico Graham Bell e o electricista Elisha Gray, em 1876, apresentaram ao mundo a sua maior invenção, o telefone, no Departamento de Brevetes dos Estados Unidos da América.

No ano de 1892, Elster e Greitel, produzem a primeira célula fotoeléctrica susceptível de transformar variações de luminosidade em impulsões eléctricas, e em 1895, surgem duas invenções que revolucionaram a Comunicação Social: o aparecimento da primeira heliogravura rotativa, que facilitou a impressão de imagens e é inventado um processo de análise de movimento, pelos irmãos Lumière.

Em 1896, Marconi regista o brevet sobre a invenção de aparelhos de transmissão de impulsos eléctricos à distância e, em 1897, é criada a Wireles Telegraph and Signal C.,

Ltd, a primeira associação comercial de radiodifusão. 1898, é o ano em que é efectuada a primeira transmissão telegráfica sem fios.

Já no século XX, em 1920, Bair e Jenkins, de nacionalidade Inglesa e Americana, realizam uma transmissão experimental de imagens, que posteriormente é verificada sem fios, nos Estados Unidos da América, em 1927, cobrindo uma distância de 45 quilómetros.

Em 1929, assiste-se à aplicação do iconoscópio de Zworykin e do tubo catódico, que servem para captar e receber imagens, definindo a Televisão como uma técnica electrónica.” (Oliveira, 1984, pag. 26)

Segundo Oliveira (1984), a comunicação desenvolveu um papel de extrema relevância durante as duas Grandes Guerras, pois ao permitir o desenvolvimento da radiodifusão acabou por desempenhar um papel importante durante as hostilidades. Assumiu, ainda, um papel tranquilizante para as populações que se encontravam angustiadas tanto pelos rumores da guerra como pelo desenrolar do conflito.

Uma das grandes alterações dos meios de comunicação tradicionais dá-se em 1962, com o aparecimento e desenvolvimento dos satélites. Começa assim uma nova era, a era da comunicação, num mundo em que deixam de ser os satélites que rodam sobre a terra, mas sim a terra que gira em função dos satélites

APÊNDICE B

B.1. PERSPECTIVA HISTÓRICA DA GNR

Numa resumida perspectiva histórica da GNR, realça-se o facto de as suas origens estarem ligadas à **Guarda Real da Polícia** de Lisboa, fundada em 1801, pelo Príncipe Regente D. João, à semelhança do que acontecia com as suas congéneres criadas na Europa.

Em fins de Maio de 1834, e na sequência da guerra civil, as Guardas Reais da Polícia de Lisboa e Porto são dissolvidas. Porém, cerca de um mês depois, é criada a **Guarda Municipal** de Lisboa, com características muito semelhantes às da extinta Guarda Real de Polícia, e no ano seguinte surge a **Guarda Municipal** do Porto.

Em 1868, é criado o Comando-Geral das Guardas Municipais, sediado no Quartel do Carmo, em Lisboa, o que coloca as duas Guardas sob um único comando. São-lhes introduzidas alterações de organização, de molde a compatibilizá-las com a organização do Exército, contudo, e relativamente à segurança pública, estas continuam subordinadas ao Ministério do Reino.

Já com a República, as Guardas são novamente extintas e, pouco depois, é determinada a criação, em Lisboa e Porto, de **Guardas Republicanas**, sem que houvesse alguma alteração às antecessoras. Tratou-se de uma mera alteração de nome, de modo a fazer ressaltar o cariz do novo regime emergente.

Em 3 de Maio de 1911, é criada a **Guarda Nacional Republicana**, já como uma Força de Segurança constituída por militares organizados num Corpo Especial de Tropas dependendo em tempo de paz do Ministério da Administração Interna, para efeitos de recrutamento, administração e execução do serviço decorrente da sua missão geral, e do Ministério da Defesa Nacional para efeitos de uniformização e normalização da doutrina militar, do armamento e do equipamento. Em caso de guerra ou em situação de crise, as forças da Guarda Nacional Republicana passarão a estar subordinadas ao Chefe do Estado-Maior General das Forças Armadas, quando nos termos da Lei estas forem colocadas na sua dependência para efeitos operacionais.

A Guarda tem por Missões, sem prejuízo das competências atribuídas pela Lei e outras entidades, garantir, no âmbito da sua responsabilidade, a manutenção da ordem pública, assegurando o exercício dos direitos, liberdades e garantias; manter e restabelecer a segurança dos cidadãos e da propriedade pública, privada e cooperativa, prevenindo ou reprimindo os actos ilícitos contra eles cometidos, coadjuvar as autoridades judiciais, realizando as acções que lhe são ordenadas como órgão de polícia criminal; velar pelo

cumprimento das leis e disposições em geral, nomeadamente as relativas à viação terrestre e aos transportes rodoviários; combater as infracções fiscais, designadamente as previstas na Lei aduaneira; colaborar no controlo da entrada e saída dos cidadãos nacionais e estrangeiros no território nacional, e defender e preservar os bens que se encontrem em situações de perigo, por causas provenientes da acção humana ou da natureza; colaborar na execução da Política de Defesa Nacional.

A GNR de hoje é uma Guarda reestruturada, com o seu posicionamento institucional afirmado através da publicação do seu Decreto Orgânico (DL 231/93), dos Estatutos dos Militares da Guarda Nacional Republicana (DL 265/93) e do Regulamento Geral do Serviço da Guarda Nacional Republicana (Portaria 722/85).

A Constituição, a Lei da Defesa Nacional e das Forças Armadas e a Lei da Segurança Interna e a Lei das Bases Gerais da Condição Militar, constituem as traves mestras do enquadramento jurídico institucional em que a legislação da Guarda de hoje se enquadra.³⁶

³⁶Consulta na Web: www.mai.gov.pt

APÊNDICE C

C.1. INQUERITOS POR QUESTIONÁRIO

C.1.1 APLICAÇÃO DOS QUESTIONÁRIOS

O questionário aplicado é constituído por 18 questões, das quais 17 são fechadas e recorrem à utilização da **Escala de Likert** (Carmo & Ferreira, 1998, pag. 143), que aplica uma escala de 1 a 5 (embora no final se tenha acrescentado mais uma variável, para tratamento dos inquiridos que não responderam à questão solicitada). Esta escolha permite que o inquirido seleccione apenas uma das opções, facilitando a compreensão e a resposta rápida. Na última questão, relativa às formas de melhorar o relacionamento da GNR e os Meios de Comunicação Social, optou-se por se colocar de resposta aberta, possibilitando que o inquirido desse a sua opinião sem que estivesse limitado a respostas pré-formuladas.

Posteriormente, na análise dos questionários, foi feito um levantamento de dados e efectuado um estudo a partir de uma **análise do tipo quantitativa**. Estes dados foram retirados dos questionários e aplicados, a partir do Programa SPSS³⁷, que permitiu controlar e interpretar os dados de forma estatística, possibilitando a captação de informações relevantes para se poderem cumprir os objectivos pretendidos. No final os dados foram transpostos para Microsoft Excel³⁸, permitindo uma construção de gráficos com melhor interpretação.

C.1.2 INTRODUÇÃO

O presente Questionário insere-se no âmbito do Trabalho de Investigação Aplicada necessário para a conclusão do Mestrado em Ciências Militares – Ramo GNR Armas, subordinado ao tema “**A comunicação Social como meio para melhorar a imagem da Guarda Nacional Republicana**”.

Este estudo tem como objectivo determinar de que forma a relação entre a GNR e a Comunicação Social pode influenciar a informação transmitida para a Sociedade proporcionando uma melhor imagem perante a sociedade.

Os dados a recolher serão anónimos e sujeitos a tratamento estatístico.

C.1.3 INSTRUÇÕES

Para responder ao questionário, deverá assinalar com uma cruz (X) a resposta com que mais se identifica.

³⁷ SPSS versão 15.0

³⁸ Microsoft Excel versão 2007

Por favor responda a todas as questões colocadas, pois a sua opinião e experiência profissional são essenciais para o alcançar os objectivos deste trabalho.

Todas as respostas são confidenciais, não se pretendendo qualquer tipo de identificação pessoal.

O inquérito tem a duração de 10 minutos.

Para se poder realizar o tratamento estatístico, solicita-se que envie o presente inquérito, no envelope que o acompanha, com a maior brevidade possível. O tempo limite de recepção será dia **7 de Julho de 2008**.

C.1.4 QUESTIONÁRIO

Caracterização dos Inquiridos

1. Idade _____ anos

2. Género ☐ M ☐ F

3. Arma ☐ Infantaria ☐ Cavalaria

4. A sua actividade é exercida numa área:

Urbana ☐ Rural ☐ Mista ☐

5. A área de actuação fica situada no:

Litoral ☐

Interior ☐

6. Há quanto tempo está a comandar?

Menos de 1 ano ☐ entre 1 e 3 anos ☐ entre 4 e 6 anos ☐ mais de 7 anos ☐

7. Quantas vezes já foi abordado pelos Órgãos de Comunicação Social no exercício das suas funções?

Nenhuma ☐ Menos de 5 vezes ☐ Entre 5 e 15 vezes ☐

Entre 15 e 30 vezes ☐ Mais de 30 vezes ☐

Caracterização do Objecto de Análise

NOTA: Nas perguntas seguintes responda segundo a sua opinião, colocando números de 1 a 5, sabendo que cada número corresponde ao seguinte:

1	2	3	4	5
Discordo Totalmente	Discordo	Não tenho opinião formada	Concordo	Concordo Totalmente

8. Na sua opinião um bom relacionamento com os órgãos de comunicação social (OCS) traz vantagens para o desempenho da missão da GNR.

	1	2	3	4	5
Discordo Totalmente					

Concordo Totalmente

9. O trabalho desempenhado pelos OCS é indispensável para a sociedade, assim como para a imagem da GNR.

	1	2	3	4	5
Discordo Totalmente					

Concordo Totalmente

10. A GNR, em relação às restantes Forças e Serviços de Segurança, tem demonstrado maior empenho no desenvolvimento de um melhor relacionamento Profissional com os OCS.

	1	2	3	4	5
Discordo Totalmente					

Concordo Totalmente

11. Todos os Militares da GNR com funções de Comando deviam ter formação específica relativamente à comunicação perante os OCS.

	1	2	3	4	5
Discordo Totalmente					

Concordo Totalmente

12. O relacionamento da GNR com os OCS actualmente cria mais vulnerabilidades à imagem da GNR no que concerne à formação da opinião pública.

	1	2	3	4	5
Discordo Totalmente					

Concordo Totalmente

13. Quando se encontra a controlar alguma ocorrência, susceptível de ser notícia de interesse público, procura sempre colaborar com os Jornalistas.

	1	2	3	4	5
Discordo Totalmente					

Concordo Totalmente

14. No desempenho das suas funções já se sentiu, de alguma forma, pressionado pela actividade dos OCS, relativamente a insistências em obter comentários ou gravações.

	1	2	3	4	5
Discordo Totalmente					

Concordo Totalmente

15. As relações que mantém com os OCS e a projecção que daí retira/ retirou afectam ou afectaram o seu desempenho como militar da GNR.

	1	2	3	4	5
Discordo Totalmente					

Concordo Totalmente

16. Na sua opinião existe alguma manipulação por parte dos OCS, relativamente à informação cedida pela GNR.

Discordo Totalmente

1	2	3	4	5

Concordo Totalmente

NOTA: Nas duas perguntas seguintes responda segundo a sua opinião, colocando números de 1 a 5, sabendo que cada número corresponde ao seguinte:

1	2	3	4	5
Raramente ou Nunca	Pouco Frequente	Às vezes	Frequentemente	Muito Frequentemente

17. Com que frequência tem abordado os seus subordinados para questões relativas aos Órgãos de Comunicação Social?

Raramente ou nunca

1	2	3	4	5

Muito frequentemente

18. Já tomou iniciativas relacionadas com o convite dos Órgãos de Comunicação Social, para promover e dar a conhecer o trabalho elaborado pela GNR, com vista a o difundir pela população ou mesmo como forma de alertar esta última para uma determinada situação?

Raramente ou nunca

1	2	3	4	5

Muito frequentemente

19. O que é que na sua opinião se poderá fazer para melhorar o relacionamento da GNR com os Meios de Comunicação Social, para aumentar as relações de Cooperação entre ambas?

Muito obrigado pela sua colaboração

APÊNDICE D

INQUERITOS POR ENTREVISTA

D.1.GUIÃO DAS ENTREVISTAS



**ACADEMIA MILITAR
DIRECÇÃO DE ENSINO
TPO GNR/CAV 2007/2008
TRABALHO DE INVESTIGAÇÃO APLICADA**

**“ A comunicação Social como meio para melhorar a imagem da Guarda Nacional
Republicana”
ENTREVISTA**

- 1.Comparativamente com o passado, quais os esforços realizados actualmente pela GNR com vista a criar um melhor relacionamento com os Órgãos de Comunicação Social?
- 2.Como caracteriza o relacionamento existente entre a GNR e os OCS?
- 3.“Os Media como aliados.” Como poderá a GNR assegurar uma relação de simbiose com os OCS, criando assim, uma relação de cooperação entre ambos?
- 4.Como é assegurada a comunicação com os OCS durante uma situação de crise?
- 5.Quais as iniciativas da 5ª Rep/ RP B5/ RP BT para fazer face à Comunicação Social Nacional/ Regional?
- 6.Na sua opinião pode-se falar de “Manipulação” no âmbito da Comunicação Social?
7. Qual a melhor forma de trabalhar com os media para que a imagem da GNR não seja afectada?
8. Pensa ser importante que a Guarda se “apoie” nos media para passar para a opinião pública uma imagem favorável? Porquê?
- 9.Na sua opinião o que pode ser melhorado ou trabalhado para que a sociedade em geral encare a GNR como uma Força de Segurança próxima e ao mesmo tempo destrua aquela imagem de que é uma Força que está sempre perto do regime?

Obrigado pela sua colaboração.

Victor Ribeiro
Aspirante de Cavalaria

D.2.RESPOSTAS ÀS ENTREVISTAS

D.2.1.TENENTE-CORONEL BARÃO MENDES

1. As Instituições, mesmo as que no passado eram conservadoras e relativamente fechadas, estão integradas na Sociedade, dela fazem parte e existem para prestar um serviço Social.

Com o advento da Democracia, a comunidade ficou mais exigente, as instituições tiveram que se conformar com o novo querer social, adaptar-se e evoluírem no mesmo conjunto. Vive-se da imagem, negar isso, é negar um facto visível, sensível e incontornável. Os OCS, são hoje dos principais “fazedores” de opinião pública. Nesse sentido, a nossa instituição teve que se preparar para responder a uma Comunicação Social que tem tanto de exigente, como de comercial, vende aquilo a que chamam “notícia”, sendo que notícia nem sempre é o mais ético, moral ou construtivo.

É neste panorama que temos que nos movimentar. A GNR, ao avançar com a frequência de cursos, por parte de alguns efectivos no CENJOR, abriu uma porta muito importante, por um lado o domínio de técnicas específicas de comunicação e por outro arranjou um canal entre OCS e Guarda.

Hoje, uma qualquer Repartição de RP tem que deter uma boa carteira de contactos de relações com os OCS's.

Uma relação franca, descomplexada e baseada em laços de confiança, pode ser uma “mais valia” para a própria Guarda.

2. Existirá sempre uma relação tipo “DEVE/HAVER”, por um lado a cedência de notícias do nosso lado, sem que nos sejam requeridas, umas por serem positivas para a nossa imagem e outras, porque podendo ser negativas, são dadas com a nossa versão oficial dos factos.

Noutras circunstâncias, seremos confrontados com factos, que um qualquer jornalista coloca porque está encarregue de algum caso, nestes casos, não se deve ocultar o que existe e a não serem dados pormenores é sempre bom alegar o decurso de um inquérito que não nos permite a cedência de dados que se encontram ao abrigo do segredo de justiça. Num e noutro caso é conveniente que as ideias sejam transmitidas com transparência e de forma adequada.

3. Criando confiança e tornando-se um fonte de notícias com interesse público, adequadas e tanto quanto possível completas.

4. Pretende-se que em situação de crise se canalizem as informações para uma mesma fonte que represente oficialmente a Instituição. A ser permitido que sejam fornecidas

informações ao nível do terreno, pelos Operacionais, os mesmos devem ter uma noção breve sobre o que se pode/deve veicular. Em casos devidamente fundamentados, pode-se, inclusive, convocar uma conferência de imprensa, ou difundir uma nota à imprensa.

5. Tanto quanto possível as informações são canalizadas para a Secção de RP, são ali analisadas e “criada” uma versão publicável, que pode /deve prever a versão do próprio Comando. Em casos mais imediatos, por exemplo um acidente rodoviário, com presença de OCS's, quem está no terreno deve saber que princípios regem intervenções imediatas, por vezes o dizer simplesmente, “que o acidente vai ser objecto de investigação e análise, sendo inoportuno tecerem-se conclusões” deixa os jornalistas satisfeitos, e não se foge à verdade. Outras vezes existe um interesse da própria Unidade em convocar os OCS's para lhes fornecer indicações, conselhos, etc, em que há manifesto interesse público na sua difusão, nestes casos os OCS's vêem o seu papel social a funcionar.

6. Pode haver manipulação, sim! Com alguma habilidade de ambas as partes.

7. Como dito anteriormente, estabelecendo laços de confiança, facto primordial para se obter respeito e consideração por parte dos OCS's. É importante, ainda, a “antecipação” perante ocorrências que de algum modo podem constituir-se como fragilizações para a própria Guarda. Nessas alturas há que assumir os erros que, eventualmente, tenham existido. Isso torna a Instituição como tendo uma face humana.

8. Por um lado a Instituição só tem a ganhar com a difusão de uma imagem positiva e ainda não se descobriu melhor método e mais barato de passar uma imagem que não seja através dos OCS's, em alternativa paga-se a uma empresa para fazer esse trabalho, com custos ainda não avaliados.

9. O estar perto do regime não é defeito, a Guarda esteve perto de outros regimes, bem sabemos que os regimes passam e a Guarda permanece. Hoje a Guarda defende um regime Democrático, é parte integrante da Administração Pública, tem políticas de proximidade, por isso está no caminho certo da modernidade, da civilidade, do cidadão e dos respectivos problemas, está empenhada e deve envolver-se de forma visível “ e publicada” em programas sociais, como o apoio à vítima, aos idosos, à população escolar, etc. Até mesmo o termo “Republicana” não faz sentido, é que temos que “acudir”, também aos monárquicos, enquanto ideologia/modelo político aceite em Partido.

Por isso saibamos pôr a Lei ao serviço da Grei e não há OCS que não nos respeite.

Não podemos criar distâncias, nem fecharmo-nos em quartéis (como no passado) por incapacidade social para enfrentarmos em igual nível os OCS's.

D.2.2.TENENTE-CORONEL COSTA LIMA

1. Na minha Opinião, tem que se analisar um bocadinho de tudo o que se faz na GNR, tendo como referência os últimos 100 anos da GNR, ou os últimos 200 anos da Guarda em Portugal.

Não é justo dizer, seja em que actividade for, que a GNR trabalhava melhor do que há quatro ou cinco anos atrás. A Guarda hoje, relativamente à actividade que tem, serve para dar resposta à sua realidade e há 100 anos dava resposta à realidade que tinha.

É natural que, se analisarem a forma como hoje a Guarda trabalha, mais propriamente ao nível da rapidez da resposta, ou rapidez da pergunta, que por consequência dá a rapidez da resposta. É natural que a tentação seja a de dizer que se está a trabalhar melhor agora. Eu não partilho essa opinião. Acho que trabalhamos de forma diferente, porque aquilo que nos separa da GNR de há 10 anos atrás, está relacionado com a GNR e com a sociedade e este facto resume-se a uma palavra, "Tecnologia".

Há 10 anos atrás, a realidade da rapidez de informação não atingia níveis que atinge actualmente. Hoje em dia com um telemóvel no bolso do calção, até na praia podemos estar contactáveis. Fazendo com que, qualquer jornalista me possa contactar de um momento para o outro. Este impacto, que surgiu na forma de Comunicação, reflecte-se na forma como a GNR tem de se relacionar com os OCS.

Hoje em dia pode ocorrer um Tsunami no Sudoeste Asiático e passado 30 segundos, está a passar em directo nas notícias aqui em Portugal, e passado outros 30 segundos, estou a mandar para a Ásia um email com um comentário, a dizer o que penso sobre o acontecimento. Ou seja, hoje em dia, esta rapidez de comunicação ao nível do mediatismo da informação, obriga todos os intervenientes a ter noção que o tempo é uma condicionante permanente. Os acontecimentos surgem à velocidade do micro segundo e, ou somos capazes de dar resposta nessa rapidez de tempo, ou somos ultrapassados pelas situações.

2. Muito bom, porque na relação diária que nós temos, apercebemo-nos que os jornalistas têm uma formação de base muito boa e que vêm na GNR e nos seus militares uma fonte de confiança. E com base nesta confiança é nos permitido ilicitamente assumir que, do outro lado temos profissionais muito competentes na forma como querem defender os seus interesses, os do seu editor e os do público que consome as suas notícias. Mas que sabem que, quando fazem uma pergunta, esta é dada com verdade. Sabem que numa palavra dada pela GNR, o seu conteúdo é exactamente como ela é transmitida. Isto para além de ser um privilégio. Obriga nos diariamente a não correr riscos no sentido de pôr em causa esta confiança.

3. É difícil de assumir os media como aliados, porque se por um lado, tenho alguém que quer assumir a verdade e que quer informar com oportunidade o seu consumidor, espectador ou ouvinte. Por outro, a Comunicação Social, hoje em dia, ultrapassa há muito a noção de título e passou a depender de grupos económicos e empresariais, ou seja, hoje em dia, o título de um jornal, já não é o jornal por si, é o jornal que está encoberto por um título empresarial.

Deixou-se de falar do OCS e fala-se do grupo de comunicação, e neste sentido é complicado dizer-se que, ali há um aliado, porque os grupos económicos têm um único objectivo, que é o de gerar lucro. E sendo isso verdade, é difícil haver uma pareceria entre o benefício económico gerado pelo lucro e a GNR.

Porém, se a GNR responder às satisfações desse grupo em tempo oportuno e se partilharmos bem a informação, o consumidor desses grupos vai ficar agradado, como tal, vai resultar nos interesses económicos, na venda de informação, para estes tirarem dividendos económicos. Daí o meu pensamento de que, é complicado fazer uma afirmação destas, porque parcerias ou partilhas entre a GNR e um OCS, não podem ser entendidos a esse nível, simplesmente pelo motivo da GNR não ter interesses económicos ao contrário dos OCS.

4. Não há regras estabelecidas numa situação de crise, num sentido geral, o que a GNR deve fazer e o que tem feito, é se preparar para todo o tipo de situações. Identificar a crise, saber o que realmente aconteceu, a verdade total do incidente que provocou essa crise e sabendo o que realmente aconteceu, junto daquele que é o responsável máximo desta instituição, o General Comandante, tenta-se saber o que quer que se saiba desta crise fora das paredes da instituição.

Neste momento é fundamental o papel do porta-voz da instituição, porque poderá aconselhar o General Comandante naquilo que poderá ser dito.

Contudo, tem de se ter sempre por base, uma regra geral em que, diga-se o que se disser, diz-se sempre a verdade.

Neste sentido a Guarda tem de ser o mais proactiva possível e menos reactiva, ou seja, não se pode perder o controlo da situação. Tem que se verificar rapidamente o que levou a criar essa crise e informar o público através dos OCS, explicando aquilo que aconteceu, mesmo que se guardem para uma segunda análise dados mais pormenorizados, para que os OCS nunca ponham em causa a nossa veracidade, mesmo que se ponha em causa o bom nome da instituição.

Contrariando o pensamento de alguns teóricos, relativo à gestão de crise, cada caso é um caso e tem de se analisar como tal. Não há um plano definido para fazer frente à crise.

5. A GNR está numa fase de mudança, assim sendo, a área da Comunicação, o que é hoje a 5ª Repartição, já não ira ser daqui 2 ou 3 meses.

Hoje em dia o conceito de Regional/Nacional é muito difícil de diferenciar, porque um jornal regional pode ter uma página online o que lhe permite ser lido em qualquer parte do mundo. E por outro lado, os jornalistas regionais, hoje em dia, são também correspondentes dos jornais nacionais.

A GNR está a trabalhar no sentido de entender a imprensa com um todo, ter-mos de facto ao nível dos Distritos, ao nível dos Grupos, um responsável da GNR que seja capaz de enquadrar toda a Comunicação Social daquele Distrito e daquela localidade e que depois, ao nível do Comando Geral, num sentido mais macro, se possa trabalhar e distribuir pelo dispositivo, para que se possa saber o que se passa em todos os outros distritos ao nível Nacional.

6. Como responsável neste campo da GNR, nunca poderei fazer tal afirmação, como cidadão já poderia pensar duas vezes.

Contudo sabe-se que existem no mercado títulos de Comunicação Social, que sendo detidos por pessoas com objectivos comerciais muito definidos e com grupos empresariais muito concretos, possam fazer uso dos seus órgãos de veiculação de notícias para de uma forma ou de outra, beneficiarem de capitalizações ou de dividendos para as suas empresas.

Esta abordagem, embora não se encare no sentido da manipulação, mas no sentido de que um grupo económico que seja detentor de um grupo de informação, tenha mais facilidade de publicitar o seu produto e fazer com que o público mais facilmente o adquira.

7. Se a resposta pudesse ser dada com apenas uma palavra, essa seria “Verdade”. É a única forma que existe de trabalhar. Usar sempre a verdade, mas uma verdade que tem de que tem de se dar a mostrar sempre em tempo oportuno, porque os OCS trabalham em timings que têm de ser respeitados.

Portanto a verdade é a resposta, mas associada, tem que existir rapidez nessa resposta.

8. Não se pode usar os media como meio para injectar informação para se obter uma boa imagem. Contudo, a única forma de mostrarmos o nosso trabalho à sociedade é através da Comunicação Social. Por exemplo, no caso da Brigada de Trânsito, o contacto que uma patrulha tem com os condutores numa Auto-estrada é talvez de 0,1% das pessoas que lá circulam, e este contacto deve-se apenas a algum acidente que tenha ocorrido, ou outro incidente, ou seja, a única forma que se tem de fazer com que as pessoas vejam o trabalho da B.T. é arranjando notícias sobre a sua actuação.

No entanto, mais importante que isso, é mostrar a realidade da GNR, o dia-a-dia desta instituição, a forma como se trabalha, as dificuldades, para que quando o jornalista lance uma notícia sobre esta instituição, tenha em conta as nossas vivências e o nosso trabalho.

9. Na minha opinião, as pessoas não vêm a GNR como uma força perto do regime, porque a Guarda acompanhou Reis e agora acompanha Presidentes, Forças de Esquerda e Forças de Direita, já acompanhou Ditaduras e agora a Democracia. E a única solução que nós temos de demonstrar isso, não é através dos OCS. A única forma que as pessoas têm de conhecer a realidade da GNR é no terreno, é mostrarem aquilo que somos, prestando o devido auxílio a quem precisa. Ajudando a mudar um pneu na estrada, ajudando um idoso a atravessar uma passadeira. Através de um sorriso que esboça ao cidadão, só assim podemos melhorar a imagem.

D.2.3.MAJOR GONÇALVES

1. Aquilo que possa promover a imagem da Guarda Nacional Republicana no exterior através de ligações com os OCS é usado hoje em dia e foi-o também certamente ontem, talvez em contextos sociais diferentes. Sejam contactos estabelecidos para o efeito, por força de listagens de OCS disponíveis, seja aquando de situações pontuais em face das quais somos confrontados a comentar. Do aprofundar das relações e da confiança adquirida vai depender o crédito mútuo em jogo.

2. Ótimo. De contactos diários por força da actividade operacional desenvolvida, principalmente a nível de OCS locais, pois os Nacionais (salvo situações extraordinárias e pontuais) são da responsabilidade do CG GNR.

3. A confiança é o leme que potencia os desenvolvimentos na relação. Se ela existe, a ligação é efectiva e duradoura. Se a mesma é quebrada, provoca a frieza na relação. Informando com rigor, oportunidade, critério e de forma a dar a ideia concreta de como as coisas acontecem. Sendo responsável e objectivo na comunicação dos factos.

4. Estabelecido o Gabinete de crise, fala aos OCS o Oficial que vai dando as informações que o Exº Comandante entende serem de dar, para informação do ponto de situação sobre a evolução que acontece. Sem colocar situações de investigação em curso, salvaguardando o segredo de justiça, o bom-nome das instituições e dos cidadãos de forma a evitar efeitos contraproducentes.

5. Tudo o que resulte de desempenho dos militares da Guarda é passível de redundar em imagem. Por tal, quer a 5ª Rep ao seu nível, quer a Brigada na sua área de responsabilidade tratam e transmitem para o exterior esse desempenho, por forma a que os

destinatários da acção da Guarda possam aquilatar das intenções, capacidades e esforço, bem como dificuldades e riscos que são diariamente enfrentados. Seja através de conversas, palestras, briefings, acções de informação, fornecendo meios videográficos e fotográficos, etc.

6. Pode efectivamente. São conhecidos casos em que tal acontece conforme decorre da análise de situações conhecidas. Não acontece amiúde, mas vai acontecendo. Parece-me contudo que salvaguardadas situações de mau profissionalismo que existem em todos os sectores a regra é de boa informação.

7. A que resulta dos critérios referidos em 3. Se bem que a imagem boa da Guarda é promovida nas boas acções desenvolvidas.

8. Sim, obviamente. Na medida em que a imagem favorável nos permite uma bolsa de teor favorável na actuação como é fácil de perceber

9. Com investimento na formação de onde decorram melhores práticas traduzidas em actividade séria e empenhada que promovam no cidadão uma atitude geradora de confiança.

APÊNDICE E

E.1 TABELAS DE VARIÁVEIS E CRUZAMENTOS EM SPSS

Idade					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	24	1	1,1	1,1	1,1
	25	5	5,4	5,4	6,5
	26	3	3,3	3,3	9,8
	27	4	4,3	4,3	14,1
	28	7	7,6	7,6	21,7
	29	4	4,3	4,3	26,1
	30	6	6,5	6,5	32,6
	31	5	5,4	5,4	38,0
	32	4	4,3	4,3	42,4
	33	4	4,3	4,3	46,7
	34	4	4,3	4,3	51,1
	35	4	4,3	4,3	55,4
	36	1	1,1	1,1	56,5
	37	2	2,2	2,2	58,7
	38	3	3,3	3,3	62,0
	40	4	4,3	4,3	66,3
	41	2	2,2	2,2	68,5
	42	1	1,1	1,1	69,6
	43	1	1,1	1,1	70,7
	44	1	1,1	1,1	71,7
	45	4	4,3	4,3	76,1
	46	4	4,3	4,3	80,4
	47	5	5,4	5,4	85,9
	48	2	2,2	2,2	88,0
	49	7	7,6	7,6	95,7
	50	1	1,1	1,1	96,7
	51	2	2,2	2,2	98,9
	52	1	1,1	1,1	100,0
	Total	92	100,0	100,0	

Tabela 2: Idade dos Militares

Gênero					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Masculino	91	98,9	98,9	98,9
	Feminino	1	1,1	1,1	100,0
	Total	92	100,0	100,0	

Tabela 3: Gênero

Arma

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Não sabe/Não responde	2	2,2	2,2	2,2
	Infantaria	77	83,7	83,7	85,9
	Cavalaria	13	14,1	14,1	100,0
	Total	92	100,0	100,0	

Tabela 4: Arma

Área

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Não sabe/Não responde	1	1,1	1,1	1,1
	Urbana	6	6,5	6,5	7,6
	Rural	23	25,0	25,0	32,6
	Mista	62	67,4	67,4	100,0
	Total	92	100,0	100,0	

Tabela 5: Área (Urbana/Rural/Mista)

P5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Litoral	30	32,6	32,6	32,6
	Interior	62	67,4	67,4	100,0
	Total	92	100,0	100,0	

Tabela 6: Área (Litoral/ Interior)

Tempo * P7 Crosstabulation

Count		P7						Total
		Não sabe/Não responde	Nenhuma	Menos de 5	entre 5 e 15	entre 15 e 30	Mais de 30	
Tempo	Menos de 1 ano	0	5	2	3	0	4	14
	entre 1 a 3	1	2	7	8	2	15	35
	entre 4 a 6	1	0	1	6	2	11	21
	mais de 7 anos	0	0	3	11	1	7	22
Total		2	7	13	28	5	37	92

Tabela 7: Tempo de Comando e abordagens dos OCS aos Militares

P8 * P18 Crosstabulation

Count		P18					Total
		Raramente ou nunca	Pouco Frequente	Às vezes	Frequentemente	Concordo Totalmente	
P8	Discordo	1	0	0	0	0	1
	Não tenho opinião formada	1	0	2	0	0	3
	Concordo	13	11	18	4	0	46
	Concordo Totalmente	8	4	10	11	9	42
Total		23	15	30	15	9	92

Tabela 8: Relações dos Militares com os OCS

P9 * P12 Crosstabulation

Count		P12						Total
		Não sabe/Não responde	Discordo Totalmente	Discordo	Não tenho opinião formada	Concordo	Concordo Totalmente	
P9	Discordo	0	0	0	1	0	1	2
	Não tenho opinião formada	1	1	2	6	3	0	13
	Concordo	0	4	18	14	18	0	54
	Concordo Totalmente	0	3	10	4	3	3	23
Total		1	8	30	25	24	4	92

Tabela 9: O trabalho desempenhado pelos OCS e a sua importância para a imagem da GNR

P10

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Não sabe/Não responde	1	1,1	1,1	1,1
Discordo Totalmente	2	2,2	2,2	3,3
Discordo	23	25,0	25,0	28,3
Não tenho opinião formada	39	42,4	42,4	70,7
Concordo	26	28,3	28,3	98,9
Concordo Totalmente	1	1,1	1,1	100,0
Total	92	100,0	100,0	

Tabela 10: A relação dos GNR com os OCS comparativamente a outras FS

P11 * P15 Crosstabulation

Count		P15						Total
		Não sabe/Não responde	Discordo Totalmente	Discordo	Não tenho opinião formada	Concordo	Concordo Totalmente	
P11	Não sabe/Não responde	1	0	0	0	0	0	1
	Discordo	0	1	0	1	0	0	2
	Não tenho opinião formada	0	1	2	0	0	0	3
	Concordo	0	6	18	7	4	1	36
	Concordo Totalmente	0	23	16	5	6	0	50
Total		1	31	36	13	10	1	92

Tabela 11: A importância da formação dos Militares com funções de comando e as vantagens que daí retiram

P12

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Não sabe/Não responde	1	1,1	1,1	1,1
Discordo Totalmente	8	8,7	8,7	9,8
Discordo	30	32,6	32,6	42,4
Não tenho opinião formada	25	27,2	27,2	69,6
Concordo	24	26,1	26,1	95,7
Concordo Totalmente	4	4,3	4,3	100,0
Total	92	100,0	100,0	

Tabela 12: As relações com os OCS trazem vulnerabilidades para a imagem da GNR

P13 * P14 Crosstabulation

Count		P14						Total
		Não sabe/Não responde	Discordo Totalmente	Discordo	Não tenho opinião formada	Concordo	Concordo Totalmente	
P13	Não sabe/Não responde	1	0	0	2	0	0	3
	Discordo Totalmente	1	1	0	0	1	1	4
	Discordo	0	1	2	0	6	0	9
	Não tenho opinião formada	0	1	1	2	7	6	17
	Concordo	0	3	6	13	21	5	48
	Concordo Totalmente	0	1	1	1	3	5	11
Total		2	7	10	18	38	17	92

Tabela 13: A colaboração dos Militares com os OCS e a pressão exercida sobre os Militares

P16

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Não sabe/Não responde	2	2,2	2,2	2,2
	Discordo Totalmente	4	4,3	4,3	6,5
	Discordo	13	14,1	14,1	20,7
	Não tenho opinião formada	38	41,3	41,3	62,0
	Concordo	21	22,8	22,8	84,8
	Concordo Totalmente	14	15,2	15,2	100,0
	Total	92	100,0	100,0	

Tabela 14: A Manipulação por parte dos OCS no tratamento da Informação recebida

P17

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Não sabe/Não responde	1	1,1	1,1	1,1
	Raramente ou nunca	8	8,7	8,7	9,8
	Pouco Frequente	18	19,6	19,6	29,3
	Às vezes	32	34,8	34,8	64,1
	Frequentemente	26	28,3	28,3	92,4
	Concordo Totalmente	7	7,6	7,6	100,0
	Total	92	100,0	100,0	

Tabela 15: Abordagem dos Comandantes aos Subordinados relativamente aos OCS

P19

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Não Sabe/Não Responde	20	21,7	21,7	21,7
	Formação dos Militares, capacitando-os de interagir com os OCS	7	7,6	7,6	29,3
	Formação dos Jornalistas e Militares	3	3,3	3,3	32,6
	A actual relação é satisfatória	1	1,1	1,1	33,7
	Divulgação da actividade e dificuldades da GNR, aumentando o sentimento de credibilidade.	10	10,9	10,9	44,6
	Maior esforço na proliferação da imagem por parte da 5ª REP	8	8,7	8,7	53,3
	Criação de um Gabinete de Informação ao nível Distrital/Local	17	18,5	18,5	71,7
	Sensibilidade no tratamento da Informação por parte da GNR aos OCS evitando Manipulações	8	8,7	8,7	80,4
	Profissionalismo em ambas as partes	3	3,3	3,3	83,7
	Criação de reuniões/ colóquios entra a GNR e os OCS com vista a debater assuntos relativos à informação pública	6	6,5	6,5	90,2
	Mediar a informação a ceder aos OCS evitando por em causa as operações da GNR	5	5,4	5,4	95,7
	Formação dos Comantes dos diversos Escalões	4	4,3	4,3	100,0
	Total	92	100,0	100,0	

Tabela 16: O que se poderá fazer para melhorar as relações da GNR com os OCS com vista a aumentar a cooperação entre estes

ANEXOS

ANEXO A

A.1 CÓDIGO DEONTOLÓGICO DOS JORNALISTAS

1. O Jornalista deve relatar os factos com rigor e exactidão e interpretá-los com honestidade. Os factos devem ser comprovados, ouvindo as partes com interesses atendíveis no caso. A distinção entre notícia e opinião deve ficar bem clara aos olhos do público.

2. O Jornalista deve combater a censura e o sensacionalismo e considerar a acusação sem provas e o plágio como graves faltas profissionais.

3. O Jornalista deve lutar contra as restrições no acesso às fontes de informação e as tentativas de limitar a liberdade de expressão e o direito de informar. É obrigação do jornalista divulgar as ofensas a estes direitos.

4. O Jornalista deve utilizar meios leais para obter informações, imagens ou documentos e proibir-se de abusar da boa-fé de quem quer que seja. A identificação como jornalista é a regra e outros processos só podem justificar-se por razões de incontestável interesse público.

5. O Jornalista deve assumir a responsabilidade por todos os seus trabalhos e actos profissionais, assim como promover a pronta rectificação das informações que se revelem inexactas ou falsas. O jornalista deve também recusar actos que violentem a sua consciência.

6. O Jornalista deve usar como critério fundamental a identificação das fontes. O jornalista não deve revelar, mesmo em juízo, as suas fontes confidenciais de informação, nem desrespeitar os compromissos assumidos excepto se o tentarem usar para canalizar informações falsas. As opiniões devem ser sempre atribuídas.

7. O Jornalista deve salvaguardar a presunção de inocência dos arguidos até a sentença transitar em julgado. O jornalista não deve identificar, directa ou indirectamente, as vítimas de crimes sexuais e os delinquentes menores de idade, assim como deve proibir-se de humilhar as pessoas ou perturbar a sua dor.

8. O Jornalista deve rejeitar o tratamento discriminatório das pessoas em função da cor, raça, credos, nacionalidade ou sexo.

9. O Jornalista deve respeitar a privacidade dos cidadãos excepto quando estiver em causa o interesse público ou a conduta do indivíduo contradiga, manifestamente, valores e princípios que publicamente defende. O jornalista obriga-se, antes de recolher declarações e imagens, a atender às condições de serenidade, liberdade e responsabilidade das pessoas envolvidas. (Almeida, 2006)

ANEXO B

B.1 CÓDIGO DEONTOLÓGICO DO SERVIÇO POLICIAL

O presente Código visa promover a qualidade do serviço policial, reforçar o prestígio e a dignidade das Forças de Segurança, bem como contribuir para a criação das condições objectivas e subjectivas que, no âmbito da acção policial, garantam o pleno exercício dos direitos, liberdades e garantias dos cidadãos.

A consagração de padrões ético-profissionais de conduta, comuns a todos os membros das Forças de Segurança é condição indispensável para um exercício credível e eficiente do serviço policial, enquanto parte integrante do Estado de Direito Democrático.

A adopção pelos membros das Forças de Segurança de um Código Deontológico do Serviço Policial vem ao encontro da Resolução nº 690 da Assembleia Parlamentar do Conselho da Europa, de 8 de Maio de 1979, e da Resolução nº 34/169 da Assembleia Geral das Nações Unidas, de 17 de Dezembro de 1979.

Artigo 1º Âmbito de aplicação

O presente Código Deontológico aplica-se aos militares da Guarda Nacional Republicana (GNR) e ao pessoal da Polícia de Segurança Pública (PSP), adiante designados membros das Forças de Segurança, no âmbito do exercício das suas funções policiais.

Artigo 2º Princípios Fundamentais

1. Os membros das Forças de Segurança cumprem os deveres que a Lei lhes impõe, servem o interesse público, defendem as instituições democráticas, protegem todas as pessoas contra actos ilegais e respeitam os direitos humanos.

2. Como zeladores pelo cumprimento da Lei, os membros das Forças de Segurança, cultivam e promovem os Valores do Humanismo, da Justiça, Integridade, Honra, Dignidade, Imparcialidade, Isenção, Probidade e Solidariedade.

3. Na sua actuação os membros das Forças de Segurança devem absoluto respeito pela Constituição da República Portuguesa, pela Declaração Universal dos Direitos do Homem, pela Convenção Europeia dos Direitos do Homem, pela legalidade comunitária, pelas convenções internacionais, pela Lei e pelo presente Código.

4. Os membros das Forças de Segurança que actuem de acordo com as disposições do presente Código têm direito ao apoio activo da comunidade que servem e ao devido reconhecimento por parte do Estado.

Artigo 3º Respeito pelos Direitos Fundamentais da pessoa humana

1. No cumprimento do seu dever, os membros das Forças de Segurança promovem, respeitam e protegem a dignidade humana, o direito à vida, à liberdade, à segurança e demais direitos fundamentais de toda a pessoa, qualquer que seja a sua nacionalidade ou origem, a sua condição social, as suas convicções políticas, religiosas ou filosóficas.

2. Em especial, têm o dever de, em qualquer circunstância, não infligir, instigar ou tolerar actos cruéis, desumanos ou degradantes.

Artigo 4º Respeito pelos Direitos Fundamentais da pessoa detida

1. Os membros das Forças de Segurança têm o especial dever de assegurar o respeito pela vida, integridade física e psíquica, honra e dignidade das pessoas sob a sua custódia ou ordem.

2. Em especial devem abster-se, em qualquer circunstância, de praticar qualquer acto de tortura ou qualquer outro castigo ou tratamento cruel, desumano ou degradante, bem como opor-se, pronta e determinadamente, à prática de tais actos.

3. Os membros das Forças de Segurança devem zelar pela saúde das pessoas que se encontram à sua guarda e tomar, imediatamente, todas as medidas para assegurar a prestação dos cuidados médicos necessários.

Artigo 5º Isenção e imparcialidade

1. Os membros das Forças de Segurança devem actuar com zelo, e imparcialidade, tendo sempre presente a igualdade de todos os cidadãos perante a lei.

2. Em especial, têm o dever de, no uso dos poderes de autoridade de que estão investidos, se abster da prática de actos de abuso de autoridade, não condizente com um desempenho responsável e profissional da missão policial.

3. Os membros das Forças de Segurança abstêm-se de qualquer acto que possa pôr em causa a liberdade da sua acção, a independência do seu juízo e a credibilidade da Instituição a que pertencem.

Artigo 6º Integridade, Dignidade e Probidade

1. Os membros das Forças de Segurança cumprem as suas funções com integridade e dignidade, evitando qualquer comportamento passível de comprometer o prestígio, a eficácia e o espírito de missão de serviço público da função policial.

2. Em especial, não exercem actividades incompatíveis com a sua condição de agente de autoridade ou que os coloquem em situações de conflito de interesses susceptíveis de comprometer a sua lealdade, respeitabilidade e honorabilidade ou a dignidade e prestígio da Instituição a que pertencem.

3. Os membros das Forças de Segurança combatem e denunciam todas as práticas de corrupção, abusivas, arbitrárias e discriminatórias.

Artigo 7º Correção na actuação

1. No desempenho da sua função, os membros das Forças de Segurança devem agir com determinação, prudência, tolerância, serenidade, bom senso e autodomínio na resolução das situações decorrentes da sua actuação profissional.

2. Os membros das Forças de Segurança devem comportar-se de maneira a preservar a confiança, a consideração e o prestígio inerentes à função policial, tratando com cortesia e correção todos os cidadãos, nacionais, estrangeiros ou apátridas, promovendo a convivencialidade e prestando todo o auxílio, informação ou esclarecimento que lhes for solicitado, no domínio das suas competências.

3. Os membros das Forças de Segurança exercem a sua actividade segundo critérios de justiça, objectividade, transparência e rigor; actuam e decidem prontamente para evitar danos no bem ou interesse jurídico a salvaguardar.

Artigo 8º Adequação, necessidade e proporcionalidade do uso da força

1. Os membros das Forças de Segurança usam os meios coercivos adequados à reposição da legalidade e da ordem, segurança e tranquilidade públicas só quando estes se mostrem indispensáveis, necessários e suficientes ao bom cumprimento das suas funções e estejam esgotados os meios de persuasão e de diálogo.

2. Os membros das Forças de Segurança evitam recorrer ao uso da força, salvo nos casos expressamente previstos na lei, quando este se revele legítimo, estritamente necessário, adequado e proporcional ao objectivo visado.

3. Em especial, só devem recorrer ao uso de armas de fogo, como medida extrema, quando tal se afigure absolutamente necessário, adequado, exista comprovadamente perigo para as suas vidas ou de terceiros e nos demais casos taxativamente previstos na lei.

Artigo 9º Obediência

1. Os membros das Forças de Segurança acatam e cumprem prontamente as ordens legítimas e legais de superior hierárquico.

2. A obediência que os membros das Forças de Segurança devem aos seus superiores hierárquicos não os isenta da responsabilidade pela execução de tais ordens que constituam, manifestamente, violações à lei.

3. Nenhuma sanção disciplinar pode ser aplicada a um membro das Forças de Segurança que se tenha recusado a cumprir uma ordem ilegal e ilegítima.

Artigo 10º Responsabilidade

1. Os membros das Forças de Segurança assumem, prontamente, os seus erros e promovem a reparação dos efeitos negativos que, eventualmente, resultem da acção policial.

2. Os membros das Forças de Segurança, a todos os níveis da hierarquia, são responsáveis pelos actos e omissões que tenham executado ou ordenado e que sejam violadores das normas legais e regulamentares.

Artigo 11º Sigilo

Os membros das Forças de Segurança devem guardar segredo sobre as informações de natureza confidencial, ou relacionadas com métodos e táticas de acção operacional, que venham a obter no desempenho das suas funções, sem prejuízo das necessidades da administração da Justiça ou do cumprimento do dever profissional.

Artigo 12º Cooperação na administração da Justiça

Os membros das Forças de Segurança respeitam a independência dos Tribunais e colaboram, prontamente, na execução das decisões das autoridades judiciais.

Artigo 13º Solidariedade na acção

Todo o membro das Forças de Segurança observa a solidariedade para com os seus camaradas, sem prejuízo dos princípios da honra e da dignidade e das regras da disciplina e do dever de defesa da legalidade.

Artigo 14º Preparação individual

1. Todo o membro das Forças de Segurança prepara-se física, psíquica e moralmente para o exercício da sua actividade e aperfeiçoa os respectivos conhecimentos e aptidões profissionais, de forma a contribuir para uma melhoria do serviço a prestar à Comunidade.

2. Em especial, interioriza e pratica as normas deontológicas contidas no presente Código, que deverão ser parte integrante da sua formação profissional.

B.2 CÓDIGO DE HONRA DO MILITAR DA GUARDA

O militar da Guarda observa em todas as circunstâncias as características da condição militar e cumpre, rigorosa e responsabilmente, os seus deveres militares e estatutários.

O militar da Guarda, como "soldado da lei", impõe-se à consideração, respeito e simpatia das populações, através de uma impoluta integridade de carácter, reconhecida a honestidade, esmerada educação, exemplar comportamento moral e cívico, boa conduta nos procedimentos da sua vida pública e privada e respeitável ambiente familiar.

O militar da Guarda como agente da força pública, actua sempre de acordo com a autoridade em que está investido, só recorrendo ao uso da força nos casos expressamente previstos na lei, quando absolutamente necessário e apenas na medida exigida pelo cumprimento das suas funções.

O militar da Guarda só utiliza as armas para repelir uma agressão iminente ou em execução, em defesa própria ou de terceiros e para vencer a resistência violenta à execução de um serviço no exercício das suas funções e manter o princípio de autoridade, após intimação formal aos resistentes de obediência e esgotados todos os outros meios para o conseguir.

O militar da Guarda cumpre sempre o dever que a lei impõe de servir a colectividade e de proteger todas as pessoas contra actos ilegais, em conformidade com o alto grau de responsabilidade que a sua profissão exige.

O militar da Guarda respeita a dignidade humana e defende e protege os direitos fundamentais de toda a pessoa.

O militar da Guarda não comete, instiga ou tolera, qualquer acto de tortura ou qualquer outro castigo ou tratamento cruel, inumano ou degradante, nem invoca ordem dos seus superiores ou circunstâncias excepcionais para os justificar.

O militar da Guarda vela para que a saúde das pessoas à sua guarda esteja plenamente protegida e toma imediatamente medidas para que os cuidados médicos lhe sejam dispensados sempre que tal se imponha.

O militar da Guarda não só não comete qualquer actos de corrupção, como deve rigorosamente combatê-los e opor-se-lhes quando deles tenha conhecimento.

O militar da Guarda diligencia permanentemente pelo cumprimento da sua missão em condições morais, profissionais e psicológicas que protejam a imparcialidade, a integridade e a dignidade da sua função, face às prescrições legais respeitadoras dos direitos humanos fundamentais.

O militar da Guarda é pessoalmente responsável pelos actos e omissões que tenha executado ou ordenado e que sejam contrários aos direitos fundamentais da pessoa.

O militar da Guarda mantém sigilo quanto aos factos e matérias de carácter confidencial de que toma conhecimento no exercício das suas funções, a menos que exigências do serviço ou necessidades da justiça tal não permitam.

O militar da Guarda respeita a lei e opõe-se, em todas as circunstâncias e com toda a sua capacidade, a todo e qualquer acto que a viole, agindo prontamente quando este puder provocar prejuízo imediato ou irreparável, ou, caso contrário, esforça-se por impedir as suas consequências e a sua repetição, informando hierarquicamente.

O militar da Guarda tem a preocupação permanente de dignificar este corpo militar através do seu aprumo e da forma como se apresenta uniformizado.

O militar da Guarda tem sempre como lema a honra pessoal e o engrandecimento da pátria.

B.3 CÓDIGO DE CONDUTA

É dever de todo o Militar da Guarda:

Cumprir a Missão de acordo com a Causa Pública, o Interesse Público e a Lei.

Servir a Colectividade Nacional e proteger todas as pessoas contra os actos ilegais.

Respeitar e proteger a dignidade humana. - Defender e proteger os direitos fundamentais de toda a pessoa.

Só aplicar a força em último caso e quando for exigido pelo cumprimento das suas funções.

Só recorrer às armas de fogo em legítima defesa, quando o presumido delinquente opuser resistência armada e se não for possível a utilização de outros meios.

Não divulgar informações de carácter confidencial a não ser no cumprimento das suas funções ou quando as necessidades de justiça o exigirem.

Não infringir, instigar ou tolerar actos de tortura ou de qualquer outro tipo de castigo cruel, inumano ou degradante.

Não praticar o abuso da autoridade. - Combater e opor-se vigorosamente a todos os actos de corrupção.

ANEXO C

C.1 DETERMINAÇÃO DE UMA AMOSTRA DE POPULAÇÕES FINITAS

Tabela 3. *Determinação de uma amostra de populações finitas, para $p = 50\%$ e os erros de estimação indicados (nível de confiança de 95,5%, dois sigmas).*

AMPLITUDE DA POPULAÇÃO	TAMANHO DA AMOSTRA PARA OS ERROS INDICADOS					
	+ 1%	+ 2%	+ 3%	+ 4%	+ 5%	+ 10%
500	83
1.000	92
1.500	94
2.000	95
2.500	96
3.000	97
3.500	97
4.000	98
4.500	98
5.000	98
6.000	98
7.000	99
8.000	99
9.000	99
10.000	99
15.000	99
20.000	100
25.000	100
50.000	100
100.000	100

Fonte: ARKIN, N. & COLTON, R. apud BRAVO, Restituto Sterra. Ob. cit. p. 100.

(.Arkin, N & Colton, R. (s.d.), apud BRAVO, Restituto Sterra. Ob. cit. P. 100

ANEXO D

D.1 NOTÍCIAS

D.1.1 CRIME DOMINA NOTICIÁRIOS

56 JORNAL DE NOTÍCIAS

Sexta-feira 27 JUNHO 2008

NOTICIÁRIO ATUALIZADO
www.jn.pt/media

Notícia online
Pedro apenas editor
 Actor desiste de ser director e torna-se editor da revista "Men's health"
 www.jn.pt/media

Notícia online
AXN estreia
 Canal da Sony adianta episódios das novas temporadas
 www.jn.pt/media

TELEVISÃO

ETRABALHO

Crime domina noticiários

Estudo revela que as notícias sobre violência tiveram grande destaque no horário nobre

SUSANA OTÃO
susan.o@jn.pt

56

Notícias sobre segurança e criminalidade são aquelas que, geralmente, abrem os noticiários da televisão portuguesa e revelam ser uma temática constante no horário nobre dos quatro canais nacionais.

Não foi há muito tempo que a expressão "A tragédia, o drama, o horror", celebrizada por Artur Albarán no programa "Imagens reais", emitido pela SIC, sobressaltou os portugueses, centrada sempre em casos de polícia. Nos últimos anos esses casos, de "drama e horror", tomaram lugar nos noticiários de horário nobre da televisão nacional. Segundo um estudo apresentado ontem, no Seminário Internacional sobre Polícia e Media - A Comunicação da (in)Segurança, as notícias de segurança e criminalidade são a quarta temática mais frequente nos noticiários televisivos e são noticiados, na grande maioria, logo na abertura dos jornais.

António Belo, da Escola Superior de Comunicação Social, que liderou o referido ensaio, baseado na análise de 11605 peças televisivas, realçou ontem que 11% das notícias emitidas entre 2002 e 2006, têm como temática a ordem interna, que alberga assuntos como forças de segurança, manifestações, crimes e corrupção. Este número torna esta temática (ordem interna) a quarta mais abordada nos noticiários, a seguir à política interna (17%), desporto (14%) e política internacional (13%).

Ordem interna é a quarta temática mais abordada pelos telejornais

Notícias entre 2002 e 2006

11 605

Peças televisivas

O estudo observou 392 noticiários televisivos, num total de 11605 peças noticiosas: RTP (3175), Canal 2 (1988), SIC (2986) e TVI (3456).

75%

Assuntos de criminalidade

75% das peças (no tema ordem interna) focavam assuntos de criminalidade, sendo que o Jornal Nacional da TVI liderou com 82%, seguido do Jornal da Noite, da SIC, com 79%, do Telejornal da RTP1, com 68% e do Jornal 2, com 54%.

72%

Conteúdo negativo

A grande maioria das notícias analisadas tinha conteúdo negativo (72%). Conteúdo positivo registou-se apenas em 4% dos casos e os neutros atingiram os 24%.

15%

Violência sobre crianças

A violência sobre as crianças foi dos assuntos, no capítulo da criminalidade, que mais destaque teve na televisão (15%). O odolir do caso Casa Pia teve influência.

Destes 11%, denota-se que 8% são notícias relacionadas com acontecimentos nacionais e 3% com acontecimentos estrangeiros. Denota-se ainda que este tipo de notícia foi tema de abertura dos noticiários em 12% dos casos, uma percentagem que sobe para os 18% quando analisados, isoladamente, os operadores privados.

O estudo concluiu ainda que 75% dessas notícias estão relacionadas com crimes. Geograficamente, 34% das peças televisivas

Grande número de notícias negativas pode criar a percepção de maior criminalidade

referiam-se a acontecimentos na região da Grande Lisboa, 6% no Grande Porto e 34% no resto do país.

Na sua maioria, as notícias analisadas apresentavam conteúdo negativo (72%), sendo que o conteúdo positivo se registou apenas em 4% dos casos. Conteúdo neutro esteve presente em 24% das peças.

O grande número de notícias negativas pode criar a percepção, segundo António Belo, de que há maior índice de criminalidade no país, uma conclusão que para o director nacional da PSP se pode inverter caso exista um maior "entrosamento" entre a Comunicação Social e as autoridades, admitindo que, actualmente existem "incompreensões" de parte a parte.

MARÇO-ABRIL

56

Venda de diários generalistas sobe em relação ao ano passado

➤ A circulação paga dos diários de informação geral registou, nos meses de Março e Abril deste ano, uma ligeira subida em relação ao período homólogo de 2007.

O Jornal de Notícias aumentou em 6% o número de exemplares vendidos, fixando uma média de 96.420 exemplares. Também do grupo Controlinveste (que detém o JN), o Diário de Notícias subiu 14%, com uma média de 40.883 jornais vendidos, ficando à frente do Público, que registou uma queda de 8%, situando-se nos 40.034. Ainda segundo os dados ontem divulgados pela Associação Portuguesa para o Controlo de Tiragem e Circulação (APCT), em quinto lugar está o 24 Horas com 37.470 (+8%). A liderança dos diários continua, porém, a pertencer ao Correio da Manhã (Cofina), com 115.367 exemplares.

Dos semanários generalistas, o Expresso (da Impresa) continua à frente com 136.760 exemplares, tornando-se assim na publicação paga com maior tiragem. Já o Sol (da Sol todos o Sábados) caiu para os 46.298. Nas revistas, apesar de a Visão (Impresa) continuar a ser a mais vendida, situou-se nos 92.811, com uma quebra de 28%. Já o Sábado (do grupo Cofina) subiu 6% para os 66.706 cópias.

Global Notícias lidera

Na publicações desportivas (A Bola não é auditada pela APCT), o Record (Cofina) obteve 69.068, e O Jogo (Controlinveste) 31.355 jornais vendidos.

Nos gratuitos, o controlo de tiragens coloca o Global Notícias (Controlinveste) no topo da tabela com 199.750 jornais. Seguinte-se o Metro, com 174 mil, o Destak, com 170 mil e o Meia Hora, com 70 mil exemplares.

Otão, S. (2008). Crime domina Noticiários. *Jornal de Notícias*, 56.

D.1.2 JOVEM ALVEJADO POR UM GNR ESTÁ EM ESTADO CRÍTICO

Um jovem de 24 anos foi ontem de manhã atingido com um tiro na cabeça após desobedecer a um sinal de paragem numa operação *stop* e ter sido perseguido por militares da Brigada de Trânsito (BT) da Guarda Nacional Republicana (GNR). A perseguição acabou com o pior dos desfechos numa rua da freguesia de Jovim, concelho de Gondomar. O jovem encontra-se internado em estado crítico no Hospital de S. João, no Porto.

José Alho, dirigente da Associação Socioprofissional Independente da Guarda, lamenta o caso e lembra que os agentes da GNR não têm qualquer treino de tiro ao alvo em movimento. Ao contrário do que se passa noutros países, em Portugal os agentes fazem apenas exercício em alvo fixo, tendo esse "tiro militar" o objectivo de matar (*ver entrevista*).

De acordo com a GNR eram 04.00 quando, junto à rotunda no final da A43, uma viatura com dois indivíduos não obedeceu ao sinal de paragem efectuado pelos militares, "tentando ainda atropelar os guardas, que necessitaram de se atirar para fora da faixa de rodagem para evitar serem colhidos". Segundo Costa Lima, Relações Públicas da GNR, após a fuga da viatura foi encetada uma perseguição "com pirilampos e sirenes ligadas em torno da cidade de Gondomar que durou cerca de 20 minutos".

Os dois indivíduos, na fuga, voltariam à parte alta da cidade, seguindo depois pela Estrada D. Miguel. Na freguesia de Jovim, junto ao hipermercado Intermarché tentam a fuga pela Rua do Quinéu mas ficam encurralados quando pela frente lhe surge a viatura da BT. Segundo Costa Lima, quando os guardas saem do carro para abordar os condutores em fuga, aqueles "fizeram um movimento brusco de marcha atrás e os militares sentiram-se em risco, tendo um deles feito quatro disparos na tentativa de imobilizar a viatura".

A GNR justifica os disparos depois de serem presenciados "alguns movimentos considerados como muito suspeitos no interior da viatura" que colocaram em risco a integridade física dos elementos da BT. Costa Lima refere ainda que o militar que atingiu o condutor tem 30 anos e "muita experiência".

Por força dos disparos ou não a verdade é que a viatura foi encontrada quase em cima do muro da casa de Maria Rocha, acordada por um "enorme estrondo" às 04.30. "É normal por vezes andarem aqui a grande velocidade e se ouvir os pneus a derrapar mas o que me fez levantar foi o grande barulho que senti mesmo à porta de casa", afirmou a moradora ao DN. O Peugeot 206, de cor branca, encontrava-se enfaixado no muro de marcha atrás. "Quando cheguei aqui a baixo um dos jovens, com 30 anos, saiu da viatura e foi de imediato algemado. O outro estava lá dentro e foi retirado pela equipa do INEM que o socorreu", acrescenta.

O condutor estava inanimado mas não apresentava ferimentos visíveis. "Apenas deitava sangue pela boca. Meteram-no na ambulância e seguiram", conta a filha da moradora, Vera Rocha. Na Rua do Quináu mais ninguém saiu de suas casas. "As pessoas acharam logo que a situação teria contornos diferentes de um simples acidente e depois sabe como é, não querem ser chateados ou notificados para serem testemunhas", salienta Maria Rocha.

As operações *stop* na rotunda onde termina a A43 são frequentes. Quase todas as madrugadas de sexta-feira e sábados a BT monta a fiscalização aos condutores.

Após ter sido socorrido na urgência do Hospital S. João, o jovem, que reside na Rua da Cal, em Gondomar, seguiu ao início da tarde para a unidade de cuidados intensivos onde permanecia em coma profundo, sendo o seu estado considerado crítico à hora de fecho desta edição.

O incidente foi comunicado ao procurador do Ministério Público de Gondomar. A GNR procedeu à abertura de um inquérito interno.

Teixeira, A. (05 de 07 de 2008). <http://dn.sapo.pt>. Obtido em 05 de 07 de 2008, de <http://dn.sapo.pt>:

D.1.3 CONDUTOR BALEADO NA CABEÇA PELA GNR APÓS FUGA DE OPERAÇÃO "STOP" E TENTATIVA DE ATROPELAMENTO DE DOIS AGENTES

Um homem foi hoje baleado na cabeça pela GNR, depois de alegadamente tentar atropelar dois agentes numa tentativa de fuga a uma operação "stop" em Gondomar, revelou à Lusa o Tenente-Coronel Costa Lima.

O responsável da GNR explicou que o condutor de 25 anos terá ignorado a ordem de parar dada pela patrulha da GNR, que estava estacionada na "Rotunda, no final da A43".

"Os militares mandaram parar a viatura que não respeitou o sinal e tentou atropelar dois militares que tiveram que fugir para a berma", explicou Costa Lima, acrescentando que após a fuga houve uma perseguição "com pirilampos e sirenes ligadas" em torno da cidade de Gondomar que durou cerca de 20 minutos.

Os dois indivíduos que seguiam no carro em fuga acabaram por ficar encurralados numa rua de Gondomar sem saída, situação que permitiu que os militares parassem a sua viatura ao lado para pedir as respectivas identificações.

"Nessa altura, os dois indivíduos fizeram um movimento brusco de marcha atrás e os militares sentiram-se em risco, tendo um deles feito quatro disparos na tentativa de imobilizar a viatura", afirmou, acrescentando que um dos tiros atingiu o condutor na zona da cabeça.

"O condutor foi transportado para o Hospital de São João em estado grave" revelou o comandante, acrescentando ainda não ter informações sobre a existência ou não de cadastro destes dois jovens.

O militar que atingiu o condutor tem 30 anos e "muita experiência", segundo palavras do Tenente-Coronel.

Azenha, S. (05 de 07 de 2008). <http://ultimahora.publico.clix.pt>. Obtido em 05 de 07 de 2008, de <http://ultimahora.publico.clix.pt>:

D.1.4 LIMPEZA ÉTNICA

O homem, jovem, movimentava-se num desespero agitado entre um grupo de mulheres vestidas de negro que ululavam lamentos. "Perdi tudo!" "O que é que perdeu?" perguntou-lhe um repórter.

"Entraram-me em casa, espatifaram tudo. Levaram o plasma, o DVD a aparelhagem..." Esta foi uma das esclarecedoras declarações dos auto desalojados da Quinta da Fonte. A imagem do absurdo em que a assistência social se tornou em Portugal fica clara quando é complementada com as informações do presidente da Câmara de Loures: uma elevadíssima percentagem da população do bairro recebe rendimento de inserção social e paga "quatro ou cinco euros de renda mensal" pelas habitações camarárias. Dias depois, noutra reportagem outro jovem adulto mostrava a sua casa vandalizada, apontando a sala de onde tinham levado a TV e os DVD. A seguir, transtornadíssimo, ia ao que tinha sido o quarto dos filhos dizendo que "até a TV e a playstation das crianças" lhe tinham roubado. Neste país, tão cheio de dificuldades para quem tem rendimentos declarados, dinheiro público não pode continuar a ser desviado para sustentar predadores profissionais dos fundos constituídos em boa fé para atender a situações excepcionais de carência. A culpa não é só de quem usufrui desses dinheiros. A principal responsabilidade destes desvios cai sobre os oportunismos políticos que à custa destas bizarras benesses, compraram votos de Norte a Sul. É inexplicável num país de economias domésticas esfrangalhadas por uma Euribor com freio nos dentes que há famílias que pagam "quatro ou cinco Euros de renda" à câmara de Loures e no fim do mês recebem o rendimento social de inserção que, se habilmente requerido por um grupo familiar de cinco ou seis pessoas, atinge quantias muito acima do ordenado mínimo. É inaceitável que estes beneficiários de tudo e mais alguma coisa ainda querem que os seus T2 e T3 a "quatro ou cinco euros mensais" lhes sejam dados em zonas "onde não haja pretos". Não é o sistema em Portugal que marginaliza comunidades. O sistema é que se tem vindo a alhear da realidade e da decência e agora é confrontado por elas em plena rua

com manifestações de índole intoleravelmente racista e saraivadas de balas de grande calibre disparadas com impunidade. O país inteiro viu uma dezena de homens armados a fazer fogo na via pública. Não foram detidos embora sejam facilmente identificáveis. Pelo contrário. Do silêncio cúmplice do grupo de marginais sai eloquente uma mensagem de ameaça de contorno criminoso - "ou nos dão uma zona etnicamente limpa ou matamos." A resposta do Estado veio numa patética distribuição de flores a cabecilhas de gangs de traficantes e auto denominados representantes comunitários, entre os sorrisos da resignação embaraçada dos responsáveis autárquicos e do governo civil. **Cá fora, no terreno, o único elemento que ainda nos separa da barbárie e da anarquia mantém na Quinta da Fonte uma guarda de 24 horas por dia com metralhadoras e coletes à prova de bala. Provavelmente, enquanto arriscam a vida neste parque temático de incongruências sociopolíticas, os defensores do que nos resta de ordem pensam que ganham menos que um desses agregados familiares de profissionais da extorsão e que o ordenado da PSP deste mês de Julho se vai ressentir outra vez da subida da Euribor.**

Crespo, M.(2008, Julho 21). Limpeza étnica. Jornal de Notícias. Obtido em 23 de Julho de 2008, de <http://www.jn.pt>